

ISSN 2313-8246

Міністерство освіти і науки України
Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника

Актуальні проблеми розвитку економіки регіону

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ

Випуск 18

Том 2

**Івано-Франківськ
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
2022**

Науковий журнал включено до переліку фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук (постанови Президії ВАК України № 1-05/1 від 18.01.2007 р. і № 1-05/2 від 10.03.2010 р., наказ Міністерства освіти і науки України від 09.03.2016 № 241). Відповідно до **Наказу Міністерства освіти і науки України від 24.09.2020 №1188** журнал включено до категорії «Б».

Журнал входить до таких вітчизняних та міжнародних бібліотечних та баз даних: Національна бібліотека України ім. В.Вернадського, Google Scholar, Ulrich's Periodicals Directory, Directory of Research Journals Indexing, Index Copernicus, ResearchBib, DOAJ, Crossref, WorldCat.

СКЛАД РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ:

Михайлишин Л.І. (головний редактор) – д.е.н., професор, Академік Академії економічних наук України, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна;
Щур Р.І. (заст. гол. редактора) – д.е.н., професор, Академік Академії економічних наук України, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна;
Криховецька З.М. (відповідальний секретар) – к.е.н., доцент, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна;
Плець І.І. (технічний секретар) – к.е.н., доцент, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна;
Kisiel Roman – dr hab., prof., prof. zw. nauki ekonomiczne (polityka gospodarcza), University of Warmia and Mazury in Olsztyn, Польща;
Paresashvili Nino – Ph.D., Associate Professor, Doctor of Economics, Ivane Javakishvili Tbilisi State University, Грузія;
Tavares Jean Max – Ph.D., Postdoctoral in Economics, Professor (Full), Pontificia Universidade Católica de Minas Gerais, Бразилія;
Jantoi-Drozowska Elzbieta – dr hab., prof., Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Польща;
Левандівський О.Т. – д.е.н., доцент, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна;
Буртяк І.В. – д.е.н., професор, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна;
Шеленко Д.І. – д.е.н., професор, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна;
Баланюк І.Ф. – д.е.н., професор, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна;
Матковський П.Є. – д.е.н., доцент, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна;
Сас Л.С. – д.е.н., доцент, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна;
Сасиліук М.М. – д.е.н., доцент, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна;
Пилипів Н.І. – д.е.н., професор, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна;
Лещук Г.В. – д.е.н., професор, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна;
Зварич О.І. – д.е.н., доцент, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна;
Благуш І.І. – д.е.н., доцент, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна;
Гонга О.І. – д.е.н., професор, НУ «Чернігівська політехніка», Україна;
Мацук З.А. – д.е.н., професор, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна;
Стежко Н.В. – д.е.н., професор, Державний податковий університет, Україна;
Бондарчук Н.В. – д. держ. упр., професор, Дніпровський державний аграрно-економічний університет, Україна;
Лисяк Л.В. – д.е.н., професор, Університет митної справи та фінансів, Україна;
Мариненко Н.Ю. – д.е.н., професор, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна;
Бочко О.Ю. – д.е.н., професор, Національний університет «Львівська політехніка», Україна;
Калініна С.П. – д.е.н., професор, Інститут підготовки кадрів Державної служби зайнятості, Україна;
Вівчар О.І. – д.е.н., професор, Західноукраїнський національний університет, Україна;
Махсма М.Б. – д.е.н., доцент, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Україна;
Орлів М.С. – д. держ. упр., доцент, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна;
Журба І.Є. – д.е.н., професор, Хмельницький національний університет, Україна;
Лютак О.М. – д.е.н., професор, Луцький національний технічний університет, Україна;
Корчевська Л.О. – д.е.н., професор, Херсонський національний технічний університет, Україна;
Дзюба П.В. – д.е.н., професор, Навчально-науковий інститут міжнародних відносин, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна;
Захарова О.В. – к.е.н., доцент, Маріупольський державний університет, Україна;
Вакуш О.В. – к.е.н., доцент, Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту Західноукраїнського національного університету, Україна;
Родіонова Т.А. – к.е.н., доцент, Одеський національний університет ім. І.І. Мечнікова, Україна;
Чвертко Л.А. – к.е.н., доцент, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, Україна;
Мельничук Ю.М. – к.е.н., доцент, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, Україна;
Кропельницька С.О. – к.е.н., доцент, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна.
Серняк О.І. – к. держ. упр., доцент, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна;
Савош Л. В. – к.е.н., доцент, Луцький національний технічний університет, Україна.

Адреса редакційної колегії: 76018, Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57, кафедра фінансів, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, тел. (0342) 752391, e-mail: aprer2005@gmail.com

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ : науковий журнал. Івано-Франківськ : Вид-во Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2022. Вип. 18. Т. 2. 302 с.

До наукового журналу «Актуальні проблеми розвитку економіки регіону» увійшли статті, у яких розглядаються теоретичні аспекти дослідження про блем економіки регіону; фінансово-кредитні проблеми формування виробничих відносин регіонального рівня, проблеми економічного й соціального розвитку регіонів України.

Для науковців, викладачів вищих закладів освіти й науки, аспірантів і студентів.

© Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2022

ЗМІСТ

Проблеми обліку і аудиту

<i>Баланюк І.Ф., Іванюк Т.Л.</i> ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В КОНСАЛТИНГУ З ОБЛІКУ І ОПОДАТКУВАННЯ.....	8
<i>Бержанір І. А.</i> ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ.	15
<i>Шкроміда В.В., Шкроміда Н.Я., Гнатюк Т.М.</i> ІНТЕГРОВАНА ЗВІТНІСТЬ У КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КЛЮЧОВИХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ.....	23

Регіональна економіка

<i>Васильченко С.М., Михайлишин Л.І.</i> АНАЛІЗ ЯКОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПАСПОРТІВ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ПРИКАРПАТТЯ.....	31
<i>Сологуб С.І.</i> ОЦІНКА СТАНУ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЙ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ОТГ.....	46
<i>Сус Т.Й.</i> ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ РЕГІОНУ.....	56
<i>Шур Р.І., Плєць І.І., Мацьків В.В., Білошкурська Н.В.</i> ЗАСТОСУВАННЯ ДОСВІДУ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН ЩОДО ЗДІЙСНЕННЯ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ ЗА ДІЯЛЬНІСТЮ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ.....	64
<i>Малишівський Т.В., Стефінін В.В.</i> АДАПТАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ «5 КАПІТАЛІВ» ЩОДО АНАЛІЗУ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА РІВНІ ГРОМАД.....	73
<i>Ємець О.І.</i> ПІДПРИЄМНИЦЬКА ІНІЦІАТИВА ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В РЕГІОНІ.....	85

Менеджмент

<i>Боришкевич І. І., П'ятничук І. Д.</i> ПЛАНУВАННЯ PR-КАМПАНІЇ НА ПРИКЛАДІ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	95
<i>Жук О.І., Томашевська А.В., Боришкевич І.І.</i> ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	103
<i>Полянська А. С., Мартинець В. Б., Кабан О. В.</i> ОПТИМІЗАЦІЯ ЛАНЦЮГА ПОСТАЧАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ.....	112
<i>Станьковська І. М., Шинтур О. В., Станьковський Т. В.</i> СЦЕНАРНЕ ПЛАНУВАННЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА...	127
<i>Галюк І. Б., Вербовська Л. С., Стецько О. І.</i> СПЕЦИФІКА ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНІХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА ПОВЕДІНКИ ЛІДЕРА В УМОВАХ ЗМІН.....	137

Розвиток фінансово-кредитного та страхового ринку	
<i>Чвертко Л. А., Корнієнко Т. О., Вінницька О. А.</i> ФІНАНСОВА ІНКЛЮЗІЯ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ: ПЕРЕДУМОВИ ТА ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ.....	146
<i>Жаворонок А.В.</i> СУЧАСНИЙ СТАН КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ ТА ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	158
<i>Бондарчук Н.В.</i> ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ВЕНЧУРНОГО ФІНАНСУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	177
<i>Левандівський О.Т., Криховецька З.М., Мацьків В.В.</i> РИНОК ЦІННИХ ПАПЕРІВ У ФІНАНСОВОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ГРОШОВО-КРЕДИТНИХ ВІДНОСИН.....	184
<i>Абаєва А.Ю.</i> РОЗВИТОК ІНСТИТУЦІЙНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ.....	194
Розвиток туристичного, готельного та ресторанного господарства	
<i>Барвінок Н.В.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВОЄННОГО ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ЗАКІНЧЕННЯ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	206
<i>Кирилюк І.М., Нецадим Л.М., Благополучна А.Г.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ОСНОВНИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ..	217
<i>Мендела І.Я., Жук О.І.</i> КРЕАТИВНЕ ЛІДЕРСТВО КУРОРТНОГО БРЕНДУ: МЕНТАЛЬНА ТА ФІЗИЧНА ДОСТУПНІСТЬ	231
Національна економіка	
<i>Котелевець Д.О.</i> ПРОБЛЕМА НАУКОВОГО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	239
<i>Якушко І.В.</i> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ.....	247
<i>Казюка Н.П., Шекета Є.Ю.</i> НАПРЯМИ ТА РЕЗЕРВИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	255
<i>Бочко О.Ю., Балик У.О., Карпій О.П.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ: ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ ТА ВІЙНИ.....	264
Державні фінанси	
<i>Петрина М.Ю., Муратова М.І., Кушлик О.Ю., Кочкодан В.Б.</i> ВПЛИВ ДЕФІЦИТУ БЮДЖЕТУ НА МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ.....	274
<i>Цюпа О.П., Кондур О.С., Василюк М.М.</i> ГЕНДЕРНИЙ ПІДХІД У БЮДЖЕТНОМУ ПРОЦЕСІ.....	288
Дані про авторів.....	298

Certificate of State Registration of printed mass media: KB No. 20937-10737 from 24.06.2014.
Founder and publisher of the journal: Vasyl Stefanyk Precarpathian National University (Ivano-Frankivsk, Ukraine)

The journal has been published from 2005 once a year in 2 volumes.

The journal is published in Ukrainian, English and Polish.

ISSN (Print) 2313-8246, ISSN (Online) 2518-7589.

Scientific journal is recognized as the professional edition, in which the results of dissertation research on receiving of scientific degrees of the doctor or candidate of sciences can be published according to Resolutions of the Presidium of the Higher Attestation Commission of Ukraine on Jan.18,2007 № 1-05/1 and on Mar.10, 2010 № 1-05/2, the Order by Ministry of Education and Science of Ukraine on Mar. 09, 2016 № 241.

According to the **Order by Ministry of Education and Science of Ukraine № 1188 dated September 24, 2020** the scientific journal is included into **category«B»**.

The journal is included in **Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory, Google Scholar, Directory of Research Journals Indexing, Vernadsky national library, ResearchBib, DOAJ, Crossref, WorldCat.**

Editorial Board

EDITOR-IN-CHIEF

Liliia Mykhailyshyn, D. Sc. (Econ.), Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine;

DEPUTY CHIEF OF EDITOR

Roman Shchur, D. Sc. (Econ.), Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine

EDITORIAL BOARD MEMBERS

Zoriana Krykhovetska, PhD (Econ.), Associate Professor, , Ivano-Frankivsk, Ukraine (EXECUTIVE SECRETARY);

Ivan Plets, PhD (Econ.), Associate Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine (TECHNICAL SECRETARY);

Nino Paresashvili, Ph.D. (Econ.), Associate Professor, Doctor of Economics, Tbilisi, Georgia

Jean Max Tavares, Ph.D. (Econ.), Posdoctoral in Economics, Professor (Full), Brazil

Roman Kisiel, D. Sc. (Econ.), prof. dr hab., prof. zw. nauki ekonomiczne (polityka gospodarcza), Olsztyn, Poland

Elzbieta Ewa Jantón-Drozdowska, D. Sc. (Econ.), Poznan, Poland

Omelian Levandivskyi, D. Sc. (Econ.), Associate Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine

Ivan Burtnyak, D. Sc. (Econ.), Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine

Ivan Balaniuk, D. Sc. (Econ.), Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine

Diana Shelenko, D. Sc. (Econ.), Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine

Petro Matkovskyi, D. Sc. (Econ.), Associate Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine

Liudmyla Sas, D. Sc. (Econ.), Associate Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine

Mariia Vasyliuk, D. Sc. (Econ.), Associate Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine

Nadiia Pylypiv, D. Sc. (Econ.), Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine

Halyna Leshchuk, D. Sc. (Econ.), Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine

Ivan I. Blahun, D. Sc. (Econ.), Associate Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine

Olena Zvarych, D. Sc. (Econ.), Associate Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine

Olena Gonta, D. Sc. (Econ.), Professor, Chernihiv, Ukraine

Zoriana Matsuk, D. Sc. (Econ.), Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine

Nadiia Stezhko, D. Sc. (Econ.), Professor, Irpin, Ukraine

Nataliia Bondarchuk, D. Sc. (Public admin.), Professor, Dnipro, Ukraine

Liubov Lysiak, D.Sc. (Econ.), Professor, Dnipro, Ukraine

Nataliia Marynenko, D. Sc. (Econ.), Professor, Ternopil, Ukraine

Olena Bochko, D. Sc. (Econ.), Professor, Lviv, Ukraine

Svitlana Kalinina, D. Sc. (Econ.), Professor, , Kyiv, Ukraine

Oksana Vivchar, D. Sc. (Econ.), Professor, Ternopil, Ukraine

Mariia Makhsmia, D. Sc. (Econ.), Associate Professor, Kyiv, Ukraine

Mariana Orliv, D. Sc. (Public admin.), Associate Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine

Ihor Zhurba, D. Sc. (Econ.), Professor, Khmelnytskyi, Ukraine

Olena Liutak, D. Sc. (Econ.), Professor, Lutsk, Ukraine

Liliia Korchevska, D. Sc. (Econ.), Professor, Kherson, Ukraine

Pavlo Dziuba, D. Sc. (Econ.), Professor, Kyiv, Ukraine

Olha Zakharova, PhD (Econ.), Associate Professor, Mariupol, Ukraine

Oksana Vakun, PhD (Econ.), Associate Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine

Tetiana Rodionova, PhD (Econ.), Associate Professor, Odessa, Ukraine

Liudmyla Chvertko, PhD (Econ.), Associate Professor, Uman, Ukraine

Yuliiia Melnychuk, PhD (Econ.), Associate Professor, Uman, Ukraine

Svitlana Kropelnytska, PhD (Econ.), Associate Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine

Oleh Serniak, PhD (Public admin.), Associate Professor, Ivano-Frankivsk, Ukraine

Larysa Savosh, PhD (Econ.), Associate Professor, Lutsk, Ukraine

Editorial address: Department of Finance, Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Shevchenko str.,57, Ivano-Frankivsk, 76018, Ukraine, tel.: (0342) 75-23-91, e-mail: aprer2005@gmail.com

THE ACTUAL PROBLEMS OF REGIONAL ECONOMY DEVELOPMENT: scientific journal. Ivano-Frankivsk: Publishing house of Vasyl Stefanyk Precarpathian national university, 2022. Issue 18. Vol. 2. 302 p.

The theoretical aspects of research of problems of economy of region, the financial-credit problems of forming of production relations, problems of economic and social development are examined in the article of scientific journal "The actual problems of regional economy development". Scientific journal is designed for research workers, teachers of higher establishments of education and science, graduate students and students.

© Vasyl Stefanyk Precarpathian national university, 2022

CONTENTS

Problems of accounting and audit

<i>Balaniuk I.F., Ivanyuk T.L.</i> PECULIARITIES OF APPLICATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN ACCOUNTING AND TAXATION CONSULTING.....	8
<i>Berhanir I. A.</i> PECULIARITIES OF THE ORGANIZATION AND DIRECTIONS OF IMPROVEMENT OF ACCOUNTS RECEIVABLES...	15
<i>Shkromyda V.V., Shkromyda N.Ya., Gnatyuk T.M.</i> INTEGRATED REPORTING IN THE CONTEXT OF KEY STAKEHOLDER INFORMATION SUPPORT.....	23

Regional economy

<i>Vasylchenko S.M., Mykhailyshyn L.I.</i> ANALYSIS OF THE QUALITY OF INVESTMENT PASSPORTS OF PRECARPATHIAN LOCAL COMMUNITIES.....	31
<i>Sologub S.I.</i> ASSESSMENT OF THE STATE OF DEVELOPMENT OF STRATEGIES FOR SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF UTC.....	46
<i>Sus T.Y.</i> APPROACHES TO EVALUATION OF EFFICIENCY OF FINANCIAL SUPPORT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL SECTOR OF THE REGION.....	56
<i>Shchur R.I., Plets I.I., Matskiv V.V., Biloshkurska N.V.</i> APPLICATION OF THE EXPERIENCE OF EUROPEAN COUNTRIES IN THE IMPLEMENTATION OF FINANCIAL CONTROL OVER THE ACTIVITIES OF TERRITORIAL COMMUNITIES IN UKRAINE.....	64
<i>Malyshivskiy T.V., Stefinin V.V.</i> ADAPTATION OF THE «5 CAPITAL» CONCEPT FOR THE ANALYSIS OF RESOURCE POTENTIAL AT THE COMMUNITY LEVEL	73
<i>Yemets O.I.</i> ENTREPRENEURIAL INITIATIVE AS A FACTOR OF BUSINESS DEVELOPMENT IN THE REGION.....	85

Management

<i>Boryshkevych I. I., Piatnychuk I. D.</i> PR-CAMPAIGN PLANNING ON THE EXAMPLE OF A NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATION.....	95
<i>Zhuk O.I., Tomashevska A.V., Boryshkevych I.I.</i> FINANCIAL PLANNING OF BUSINESS ENTITIES IN THE FINANCIAL MANAGEMENT SYSTEM.....	103
<i>Polyanska A.S., Martynets V.B., Kaban O.V.</i> OPTIMIZATION OF THE SUPPLY CHAIN AT THE ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF CRISIS.....	112
<i>Stankovska I. M., Shyptur O. V., Stankovskyi T. V.</i> SCENARIO PLANNING OF THE CUSTOMER ORIENTATION OF THE COMPANY.....	127
<i>Haliuk I. B., Verbovska L. S., Stetsko O. I.</i> COMMUNICATION ASPECTS OF MANAGEMENT WORK ON THE BASIS OF LEADERSHIP.....	137

Development of financial-credit and insurance market	
<i>Chvertko L. A., Korniienko T. O., Vinnytska O. A.</i> FINANCIAL INCLUSION IN THE INSURANCE MARKET OF UKRAINE: PREREQUISITES AND FACTORS OF FORMATION.....	146
<i>Zhavoronok A.V.</i> CURRENT STATE OF SMALL BUSINESS CREDITING AND ITS ROLE IN THE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY.....	158
<i>Bondarchuk N.V.</i> PROBLEMS OF FUNCTIONING OF THE VENTURE FINANCING MECHANISM IN UKRAINE.....	177
<i>Levandivskiy O.T., Krykhovetska Z.M., Matskiv V.V.</i> SECURITIES MARKET IN FINANCIAL SUPPORT OF MONETARY RELATIONS....	184
<i>Abaieva.A.Y.</i> DEVELOPMENT OF THE INSTITUTIONAL AND LEGAL BASIS OF THE FINANCIAL STABILITY OF THE INSURANCE COMPANY.....	194
The development of tourism, hotel and restaurant business	
<i>Barvinok N. V.</i> PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF MILITARY TOURISM ON THE TERRITORY OF UKRAINE AFTER THE END OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR.....	206
<i>Kyryliuk I. M., Neshchadym L. M., Blahopoluchna A. G.</i> DIGITALIZATION AS THE MAIN FACTOR OF HOSPITALITY INDUSTRY DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF MODERN CHALLENGES.....	217
<i>Mendela I.Ya., Zhuk O.I.</i> CREATIVE LEADERSHIP OF RESORT BRAND: MENTAL AND PHYSICAL ACCESSIBILITY.....	231
National economy	
<i>Kotelevets D.O.</i> THE ISSUE OF SCIENTIFIC DEFINITION OF THE CONCEPT OF DIGITAL ECONOMY.....	239
<i>Yakushko I.V.</i> THE THEORETICAL ASPECTS OF NATIONAL ECONOMY DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION.....	247
<i>Kaziuka N.P., Sheketa Ye.Yu.</i> DIRECTIONS AND RESERVES OF POST-WAR RECONSTRUCTION ECONOMY OF UKRAINE.....	255
<i>Bochko O.Yu., Balyk U.O., Karpiy O.P.</i> STUDYING THE CONFECTIONERY MARKET: IMPACT OF THE PANDEMIC AND WAR.....	264
Public finance	
<i>Petryna M.Yu., Muratova M.I., Kushlyk O.Yu., Kochkodan V.B.</i> THE BUDGET DEFICIT IMPACT ON THE MATERIAL AND TECHNICAL SUPPORT OF UKRAINE'S HEALTHCARE INSTITUTIONS.....	274
<i>Tsiupa O.P., Kondur O.S., Vasyliuk M.M.</i> GENDER APPROACH IN THE BUDGET PROCESS.....	288
Information about authors	298

УДК 657.1.011.56

doi: 10.15330/apred.2.18.8-15

Баланюк І.Ф.¹, Іванюк Т.Л.²

ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В КОНСАЛТИНГУ З ОБЛІКУ І ОПОДАТКУВАННЯ

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра обліку і оподаткування,
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,
76000, Україна,
¹тел: +380503733282,
e-mail: ivan.balaniuk@pnu.edu.ua
ORCID iD: 0000-0002-8320-6383

² тел: +380987611616,
e-mail: tetiana.ivaniuk@pnu.edu.ua
ORCID iD: 0000-0003-4601-1226

Анотація. Стаття направлена на дослідження застосування цифрових технологій в консалтингу з обліку та оподаткування, які є важливою складовою розвитку бухгалтерського обліку. Визначено, що одним із перспективних напрямків розвитку бізнесу підприємств є впровадження в їх економічну діяльність цифрових технологій. Слід зазначити, що застосування цифрових технологій є досить актуальним питанням для діяльності консалтингових компаній з обліку та оподаткування. Розкрито вплив цифрових технологій на розвиток консалтингових послуг у сфері бухгалтерського обліку та оподаткування господарських операцій.

Метою статті є дослідження застосування цифрових технологій в консалтингу з обліку та оподаткування в частині можливостей, які вони утворюють, та ризиків, які вони породжують.

Для досягнення поставленої мети у статті застосовано наступні методи дослідження, такі- як: дедукція – для визначення основних переваг та недоліків застосування кожного виду цифрових технологій; системний аналіз – для вивчення облікових процесів у їх взаємозв'язку та взаємозалежності із включенням причинно-наслідкових зв'язків; синтез – для підсумку розрізнених аспектів дослідження цифрових технологій в консалтингу з обліку та оподаткування; абстрагування – для визначення узагальнених висновків.

У статті проаналізовано види цифрових технологій, які можуть використовуватися в консалтингу з обліку та оподаткування; визначено основні переваги та недоліки використання цифрових технологій у діяльності консалтингових компаній; виділено головні особливості в реєстрації господарських операцій під час ведення бухгалтерського обліку та оподаткування консалтинговими компаніями із застосуванням цифрових технологій.

Науковою новизною дослідження виступає систематизація та аналіз цифрових технологій в консалтингу з обліку та оподаткування, а саме виділено п'ять основних інформаційних технологій: технологія хмарних обчислень; програмний робот і технології штучного інтелекту; технологія блокчейн; технології роботи з великими масивами даних; Інтернет речей. Наведено приклади із впровадження в господарську діяльність даних цифрових технологій в сфері обліку.

Результати наукового процесу можуть бути застосовані консалтинговими компаніями та господарськими одиницями під час ведення обліку та оподаткування сторонніми виконавцями.

Ключові слова: цифрові технології, консалтинг, бухгалтерський облік, оподаткування, блокчейн, великі масиви даних, Інтернет речей, хмарні технології.

**PECULIARITIES OF APPLICATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN
ACCOUNTING AND TAXATION CONSULTING**

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Accounting and Taxation,
Shevchenko str., 57, Ivano-Frankivsk,
76010, Ukraine,
¹tel.: +380503733282,
e-mail: ivan.balaniuk@pnu.edu.ua
ORCID iD: 0000-0002-8320-6383

²tel.: +380987611616,
e-mail: tetjanaivanyk96@gmail.com
ORCID iD: 0000-0003-4601-1226

Abstract. The article is aimed at studying the application of digital technologies in consulting on accounting and taxation, which are an important component of the development of accounting. It is determined that one of the promising areas of business development of enterprises is the introduction of digital technologies in their economic activity. It should be noted that the use of digital technologies is a very important issue for the activities of consulting companies for accounting and taxation. The influence of digital technologies on the development of consulting services in the field of accounting and taxation of business transactions is revealed.

The aim of the article is to study the impact of digital technologies in accounting and taxation consulting in terms of the opportunities they create and the risks they pose.

To achieve this goal, the article uses the following research methods, such as: deduction - to determine the main advantages and disadvantages of each type of digital technology; systems analysis - to study the accounting processes in their relationship and interdependence with the inclusion of causation; synthesis - to summarize the disparate aspects of digital technology research in accounting and taxation consulting; abstraction - to determine the generalized conclusions.

The article analyzes in detail the types of digital technologies that can be used in accounting and taxation consulting; identified the main advantages and disadvantages of using digital technologies in the activities of consulting companies; the main features in the registration of business transactions during accounting and taxation by consulting companies using digital technologies are highlighted.

The scientific novelty of the study is the systematization and analysis of digital technologies in accounting and taxation consulting, namely, six main information technologies are identified: cloud computing technologies; software robot and artificial intelligence technologies; blockchain technology; technologies for working with large data sets; The Internet of Things, as well as examples of the implementation of digital technologies in the field of accounting.

The results of the scientific process can be used by consulting companies and business units in the accounting and taxation of third-party companies.

Keywords: digital technologies, consulting, accounting, taxation, blockchain, large data sets, Internet of Things, cloud technologies.

Вступ. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій здійснюється швидкими темпами і вносить зміни в управлінні на макро- та мікрорівні. Поява і розвиток різноманітних цифрових сервісів і технологій скорочує час, необхідний для збору й обробки інформації, збільшує обсяг даних, що зберігаються. У цій ситуації підприємства ставлять перед системою бухгалтерського обліку, що розвивається, нові виклики як в теорії, так і на практиці. Прогнозування розвитку консалтингу з обліку та оподаткування вимагає розкриття особливостей впливу цифрових технологій.

Постановка завдання. В результаті швидкого розвитку інформаційних технологічних засобів змінюються новітні цифрові технології, такі як Інтернет речей, програмне забезпечення та кібер-системи, штучний інтелект, великі масиви даних, хмарні обчислення та туманні розрахунки, блокчейн та безпаперові технології, передові технології (3D-друк), безпілотні та мобільні, біометричні, квантові та ідентифікаційні, які змінюють світове уявлення та використовуються в суспільному житті, сферах і галузях національного господарства. Також, ці технології справляють значний вплив на розвиток фінансово-економічного сектору економіки, спричиняючи системні зміни в організації та управлінні суб'єктами господарювання. Використання нових технологій як інструменту виконання завдань консалтингу з обліку та оподаткування визначає їх загальний розвиток і призводить до зміни професійної практики у цій сфері.

Метою статті є дослідження застосування цифрових технологій в консалтингу з обліку та оподаткування в частині можливостей, які вони утворюють, та ризиків, які вони породжують.

Для досягнення поставленої мети у статті застосовано наступні методи дослідження, такі-як: дедукція – для визначення основних переваг та недоліків застосування кожного виду цифрових технологій; системний аналіз – для вивчення облікових процесів у їх взаємозв'язку та взаємозалежності із включенням причинно-наслідкових зв'язків; синтез – для підсумку розрізнених аспектів дослідження цифрових технологій в консалтингу з обліку та оподаткування; абстрагування – для визначення узагальнених висновків.

Результати. Впровадження сучасних цифрових технологій у сфері бухгалтерського обліку впливає як на методичні аспекти організації бухгалтерського обліку та обробки облікових даних, так і на технологічні. Процес реєстрації транзакцій вийшов на новий рівень. Враховуючи потенціал хмарних технологій, експерти консалтингової компанії можуть працювати з будь-якого пристрою (який забезпечує доступ до Інтернету) у спеціальний додаток, який використовує зворотний зв'язок для обробки даних та отримання вхідних документів. Усі дані вводяться один раз і обробляються негайно. Технологічний процес обробки даних за допомогою сучасних бухгалтерських програм можна розділити на етапи, які показують можливості впровадження сучасних цифрових технологій.

1. Збір та реєстрація первинної інформації для обробки в програмі. Це впровадження пріоритетних документів у програмне забезпечення.

2. Відображення господарських операцій, структуризація синтетичних та аналітичних облікових записів, створення довідників з поточною інформацією. На цьому етапі перевіряються вихідні дані та їх відображення в програмі. Незважаючи на те, що використання цифрових технологій забезпечує контрольні функції системи бухгалтерського обліку та оподаткування, її використання не гарантує відповідності фінансової звітності реальній ситуації [1].

3. Одержання результатів звітного періоду за бажанням користувача. Це можуть бути бухгалтерські довідки, регламентована звітність, управлінські звіти.

Впровадження цифрових інструментів призводить до трансформацій у технології збору та обробки облікових даних. Хоча при здійсненні консалтингу з обліку і оподаткування всі елементи методу обліку залишаються з використанням бухгалтерських програм, вони змінюються за формою і характером. Документуючи факти економічного життя за допомогою цифрових технологій, можна виокремити особливості їх застосування:

– акумулювання та первинна обробка облікової інформації може відбуватися не лише на робочих місцях із встановленим комп'ютером та програмним забезпеченням, а й у будь-якому місці з підключенням до Інтернету за умови, що програмне

забезпечення використовується в хмарі. Результатом є скорочення потоку паперових документів та підхід до повністю дематеріалізованого обліку. Однією з переваг використання хмарних технологій є те, що користувачі можуть отримати доступ до документа в його оригінальному вигляді та переглянути інформацію, яку він містить, у будь-який час. За допомогою сучасного бухгалтерського програмного забезпечення ви можете створювати інші документи на основі підготовлених даних. Так, в бухгалтерській програма “BAS: Бухгалтерія для України” на основі документа “Рахунок-фактура до оплати покупцеві” передбачено створення документів “Реалізація товарів і послуг”, “Платіжне доручення” та ін. Пріоритетні документи, отримані в процесі обробки, можуть бути автоматично введені в програму, а звіти документів створюються відразу;

– дані можуть зберігатися різними способами. І це не тільки сканери штрих-кодів (для швидкого пошуку та збереження товарів), касові апарати (для обліку роздрібною виручки), смарт-картки (для обліку роботи та нарахування заробітної плати), ваги (для автоматичної передачі даних друку товарів). Впровадження цифрових технологій¹ може принести значні зміни. Якщо основні вузли та механізми машин та обладнання оснащені датчиками, виконавчими механізмами та керуючими пристроями та процесорами, аналітична інформація збирається в процесі виробництва. Після їх обробки та передачі в інформаційну систему обліку автоматично створюється база даних про стан обладнання та відповідних виробничих процесів [2]. Враховуючи надійну роботу фізичних пристроїв (датчиків тощо), залучення людини до підготовки деяких першочергових документів просто не потрібно.

Можливості застосування цифрових технологій з консалтингу обліку та оподаткування включають:

- технології хмарних обчислень;
- програмний робот і технології штучного інтелекту;
- технологія блокчейн;
- технології роботи з великими масивами даних;
- Інтернет речей.

Хмарні технології. Це технології для зберігання та обробки даних онлайн у хмарі, а не на жорсткому диску комп'ютера чи ноутбука. Доступ до програм через хмару дає змогу вільно переміщувати інформацію незалежно від того, де перебуває користувач і яким пристроєм він користується. Хмара також надає внутрішнім і зовнішнім користувачам доступ до інформації суб'єкта господарювання, полегшуючи співпрацю та обмін даними. Для хмарних технологій доступні такі варіанти:

– використання ресурсів IT-інфраструктури постачальника орендаря, або інфраструктуру як послугу. Замовник використовує інфраструктуру для встановлення всього програмного забезпечення та додатків (на основі різних технологічних платформ) і ведення бізнесу. Постачальник постачає та обслуговує сервери, сховища даних, мережеві компоненти;

– використання IT-інфраструктури та платформи постачальника послуг (веб-сервер або база даних) за договором оренди як послуга або платформа як послуга. Замовник керує програмними продуктами (додатками) та операційною системою продавця;

– використання програмного забезпечення постачальника послуг як послуги або програмного забезпечення як послуги, наприклад, електронна пошта або інші офісні програми. Замовник користується додатком, основні параметри програми контролює постачальник.

Так, український оператор GigaCloud пропонує передачу програмних продуктів, розроблених для платформи “1С” та аналогічної бази даних, до хмарного сервісу – в

Інтернет за допомогою програмного продукту “1С:Фреш” [3]. Звичайно, перехід на такі продукти не тільки полегшує роботу експерта з консалтингу з автоматизації технічних процесів, цілодобової технічної підтримки, швидкості та можливості працювати в програмі з двома працівниками і довше одночасно, але й сприяє використанню хмарних технологій в бухгалтерській та іншій професійній діяльності.

Про швидкий розвиток і поширення хмарних технологій повідомляє консалтингова компанія Gartner, за оцінками якої світовий ринок хмарних технологій виріс на 18% до 246,8 мільярдів доларів у 2017 році. Компанія прогнозує, що до 2023 року контракти з хмарними технологіями охоплять 60% усього ІТ-аутсорсингу в усьому світі [4].

Основними перевагами використання хмарних технологій в бухгалтерському обліку є:

- активна допомога в переході від «паперової версії» до електронної роботи та зберігання даних через сховища даних;
- забезпечення безперервності бізнесу за допомогою регулярного автоматичного резервного копіювання, архівування баз даних у хмарі, швидкого відновлення після первинних технічних і програмних неполадок;
- всесвітня мобільність хмарних баз даних з Інтернетом та відповідними технічними засобами (планшет, комп’ютер, смартфон, ноутбук тощо);
- постачальники автоматично оновлюють програмні продукти без використання персоналу компанії та зменшують потребу в обслуговуванні апаратного забезпечення та телекомунікаційних мереж;
- масштабованість інфраструктури в міру їх зростання;
- значне скорочення капітальних витрат користувачів ІТ (будівництво центрів обробки даних, придбання серверного та мережевого обладнання, апаратних і програмних рішень для забезпечення безперервності та ефективності), які несуть постачальники [5, с. 48].

Однак є певні проблеми з використанням хмарних технологій. Наприклад, такі як:

- відсутність чітких угод про рівень обслуговування ускладнює для клієнтів оцінку заходів безпеки та розробку власних заходів для забезпечення відповідності власним стандартам та стандартам керівників;
- необхідність безперервного підключення до Інтернету. Навпаки, у місцях, віддалених від інформаційно-комунікаційних центрів, ймовірність технологічних і технічних проблем з доступом до Інтернету може бути високою. З іншого боку, з майбутнім розвитком технологій 3G, 4G та 5G, а також супутникового й мобільного транспортного середовища цей дефіцит практично зникне;
- розширення доступу до послуг, що дозволить вирішити питання доступу. ІТ-менеджерам рекомендується організувати централізований процес авторизації, в якому кожен запит від бізнес-підрозділу спочатку надходить до ІТ-відділу.

Проте, за словами С. Гілберта (генерального директора KeyBank), впровадження та використання хмарних технологій у компаніях дає змогу врахувати поточні зміни в системі бухгалтерського обліку та автоматизувати всі відповідні бізнес-процеси. При цьому працівники з консалтингу з обліку та оподаткування повинні орієнтуватися лише на інформацію, отриману від працівників інших підрозділів. Інакше кажучи, на основі цієї інформації експерт складає облікову політику, робить необхідні висновки та забезпечує належну підготовку рахунків.

Таким чином, одним із найбільш передових підходів до автоматизації обліку та оподаткування, а також оптимізації бізнес-процесів є використання хмарних технологій.

Програмний робот і технології штучного інтелекту. Прикладом використання програмних роботів та штучного інтелекту в автоматизації бізнес-процесів на підприємствах [6] є технологія роботизованої автоматизації процесів (RPA). У традиційних системах розробник створює список функцій для автоматизації завдання, використовуючи інтерфейси прикладного програмування (API) як мову сценаріїв. У RPA, з іншого боку, програмний робот імітує діяльність людини, взаємодіючи з системним інтерфейсом. Система RPA розробляє список функцій, спостерігаючи за тим, як користувач виконує завдання в графічному інтерфейсі користувача програми [6].

Перевагами цієї технології є:

- гарантування цілодобової роботи системи та функціональне тестування існуючих бізнес-процесів;
- забезпечення точності введення даних та оцінку діяльності;
- забезпечення сумісності RPA (тобто здатність співпрацювати) з усіма програмами, що використовуються компанією;
- автоматизація найбільш трудомістких, стандартизованих, заснованих на правилах і легко структурованих завдань;
- звільняє працівників, які ведуть облік від рутинних завдань і дає час для інших інтелектуальних завдань;
- звільняє консалтингову компанію від обов'язку отримувати, підтримувати та оновлювати інформаційні технології (програмне та відповідне апаратне забезпечення);
- доступність для всіх підприємств [6].

Проте до всіх переваг робототехніки в бізнес-процесах додаються і певні межі застосування. Вони охоплюють діяльність і процеси, які відбуваються за нестандартними сценаріями та вимагають рішення на основі аналізу ситуації. На цьому етапі розробки програмний робот здатний лише виявляти змодельовані структуровані дані та виконувати операції на основі чітко визначених параметрів. Інакше кажучи, у сфері бухгалтерського обліку повна або часткова роботизація – це переважно стандартизована функція, зокрема збір та обробка основних даних, складання фінансової звітності, які здійснюються за певними правилами (алгоритмами).

Технологія блокчейн. Блокчейн пов'язаний з революцією в інформаційній інфраструктурі, яка лежить в основі фінансових послуг та багатьох інших сфер бізнесу. Використання технології блокчейн призводить до створення журналу транзакцій або книги в цифровому середовищі [7]. Однак збережені дані не можна змінити чи видалити, оскільки кожна нова подія підтверджується історією попередніх подій. Таким чином, технологія блокчейн дозволяє створити базу даних з високим рівнем захисту від підробки або знищення записів для приховування певних функцій.

Деякі джерела вказують на те, що блокчейн використовував сучасну криптографію, щоб дозволити консалтинговим організаціям використовувати спільну інфраструктуру для зберігання баз даних. Іншими словами, ця технологія створює умови для відображення обох сторін угоди одночасно в генеральному менеджері в режимі реального часу, навіть якщо кожен бухгалтер і аудитор, кожна компанія веде власну базу даних. Основними перевагами технології блокчейн є:

- забезпечення прозорості та абсолютної впевненості щодо прав власності, історії активів та наявності боргів;
- забезпечення цілісності облікової інформації шляхом інтеграції цієї технології у стандартні облікові процедури;
- підвищення ефективності за рахунок автоматичного виконання функцій функціонального контролю при виконанні цієї технології, заборони систематичного

дублювання ручних трудомістких видів діяльності, їх періодичної перевірки та виконання витратних перевірок;

– зменшення помилок за рахунок мінімізації залучення людей до виконання завдань бухгалтерського обліку;

– зменшення шахрайства, оскільки технологія блокчейн унеможливорює маніпулювання обліковими тегами [7].

Проте є деякі недоліки в технології блокчейн, які ставлять під сумнів ці перспективи. Наприклад, поточні недоліки Т. М. Соколової, П. І. Волошина та І. О. Петруніна поділяють на дві групи: економічні недоліки (висока енергетична залежність, високі витрати на створення та впровадження технології, зниження швидкості транзакцій при збільшенні навантаження системи та інші поширені загрози мережевим технологіям) [8]. До недоліків технології блокчейн можна віднести відсутність конфіденційності даних, різке зростання їх операційних витрат у міру збільшення кількості транзакцій, доступність альтернативних рішень без цих недоліків (включаючи децентралізовані бази даних).

Технологія роботи з великими масивами даних. Конкретні конкурентні переваги консалтинговим підприємствам може забезпечити використання технології великих масивів даних (Big Data). Інформаційна система бухгалтерського обліку зазвичай не відповідає критеріям для великих даних. Однак тут важливі наступні принципи роботи з ними: горизонтальна масштабованість (диференціація та деталізація даних в обчислювальних об'єктах призведе до збільшення кількості обчислювальних вузлів, на які ці дані розподіляються, а обробка повинна відбуватися без шкоди для продуктивності); відмовостійкість (кількість комп'ютерних вузлів в інформаційній системі окремої компанії відносно обмежена в порівнянні з кластерами Big Data і існує ймовірність виходу з ладу ІТ-обладнання, що потребує профілактичних заходів); розташування даних (як у Big Data, посилення розподіляються між кількома вузлами комп'ютера, фізично розміщуються на одному сервері та обробляються іншим). Тому підходи та методики, пов'язані з роботою з великими масивами даних, слід розглядати для застосування у сфері бухгалтерського обліку, і зокрема управлінського обліку. Наприклад, методи аналізу великих даних від McKinsey, міжнародної консалтингової фірми, що спеціалізується на вирішенні проблем стратегічного управління: методи класу інтелекту даних; змішування та інтеграція даних; імітаційне моделювання; візуалізація аналітичних та інших даних.

Інтернет речей. За словами експертів, великі масиви даних також генеруються в підприємствах завдяки впровадженню технологій Інтернету речей. Вважаємо, що впровадження даної технології відкриє нові можливості для вдосконалення організації первинного обліку на підприємстві. Таким чином, експлуатуючи машини та основні вузли, а також механізми машин з датчиками, виконавчими механізмами та контролерами, а також процесорами, формуються аналітичні дані в процесі виробництва. Їх належна обробка (наприклад, фільтрація за заданими параметрами та заповнення моделі даних) та передача в інформаційну систему обліку автоматично формують базу даних про стан обладнання та відповідних виробничих процесів. Це усуває необхідність складання та надсилання основних документів традиційним способом та забезпечує високу надійність та ефективність збору первинних даних. З цієї причини професійна діяльність консалтингових підприємств потребує зміни.

Висновки. Використання нових технологій є ключем до переходу до наступного етапу цифровізації економіки під назвою "Індустрія 4.0". Слід визнати, що за цих обставин розуміння хмарних технологій, блокчейнів, програмного забезпечення для автоматизації та інших супутніх технологій підвищує професійну цінність консалтингових підприємств у сучасних умовах та їх розвиток. У цьому контексті

важливо вчасно визначити перспективи професійного розвитку експерта з обліку та оподаткування та удосконалити їх підготовку. Таким чином, перспективи розвитку та впровадження технологій хмари, RPA, штучного інтелекту, блокчейну, великих масивів даних та Інтернету речей відповідають сучасним вимогам, які диктуються досягненнями цифрових технологій. Застосування новітніх технологій вимагає реорганізації обліку та контролю на підприємстві, веде до автоматизації окремих сфер професійної діяльності бухгалтерів, ставить перед собою завдання набуття нових навичок та вмій, постійного вдосконалення.

1. Бардаш С.В. Внутрішній контроль інформаційних комп'ютерних технологій Інноваційна економіка. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_8_75 (дата звернення: 15.05.2022).
2. Король С.Я., Клочко А.О. Цифрові технології в обліку й аудиті. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2020_1_31 (дата звернення: 05.05.2022).
3. Гаврилюк А. Яку ІС вибрати: в хмарі чи локальну? URL: https://golossokal.com.ua/cikavo/yaku-1s-vybraty-v_khmari-chy-lokal-nu.html (дата звернення: 06.05.2022).
4. ІС: Підприємство у хмарі – всі “за” і “проти”. URL: <https://csoprocom.com.ua/info/articles/1s-ukhmari-vsi-za-i-proti> (дата звернення: 05.05.2022).
5. Фролов В.І. Впровадження “хмарних” технологій в практику бухгалтерського обліку. Бухгалтерський облік і аудит. 2013. № 12. С. 45–49.
6. RPA_Robotic process automation. URL: <http://www.tadviser.ru/index.php> (дата звернення: 06.05.2022).
7. Ратинський В. В. Інформаційні технології в бухгалтерському обліку, перспективи та проблеми. URL: <http://efp.in.ua/uk/journal-item/297> (дата звернення: 06.05.2022).
8. Прохоров М.В. Як блокчейн змінить бухгалтерію. URL: http://bz.ligazakon.ua/magazine_article/BZ012012 (дата звернення: 07.05.2022).

References

1. Bardash, S.V. “Internal control of information computer technologies Innovative economy.” National Library of Ukraine named after VI Vernadsky, nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_8_75. Accessed 15 May 2022.
2. Korol', S.Ya., and A.O.Klochko. “Digital technologies in accounting and auditing.” National Library of Ukraine named after VI Vernadsky, nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2020_1_31. Accessed 5 May 2022.
3. Havrylyuk, A. “Which IC to choose: in the cloud or local?” *Golossokal*, golossokal.com.ua/cikavo/yaku-1s-vybraty-v-kh_mari-chy-lokal-nu.html. Accessed 5 May 2022.
4. “1C: En_terprise in the cloud – all the pros and cons.” *Csoprocom*, csoprocom.com.ua/info/articles/1s-ukhmari-vsi-za-i-proti (accessed 5 May 2022).
5. Frolov, V.I. “Implementa_tion of “cloud” technologies in accounting practice.” *Accounting and auditing*, vol. 12, 2013, pp. 45-49.
6. “RPA_Robotic process automation.” *Tadviser*, www.tadviser.ru/index.php. Accessed 6 May 2022.
7. Ratyns'kyj, V.V. “Information technology in accounting, prospects and problems.” *Economics. Finances.Law*, efp.in.ua/uk/journal-item/297. Accessed 6 May 2022.
8. Prohorov, M.V. “How blockchain will change accounting.” *Bukhgalter i zakon*, bz.ligazakon.ua/magazine_article/BZ012012. Accessed 7 May 2022.

УДК 657.3

doi: 10.15330/apred.2.18.15-23

Бержанір І. А.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ

Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра фінансів, обліку та економічної безпеки,
вул. Садова, 2, м. Умань,

20300, Україна,
тел.: +380680530645,
e-mail:berzhanir.i@udpu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-7035-1170

Анотація. Метою статті є дослідження теоретичних положень і розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення процесу обліку розрахунків суб'єктів господарювання в сучасних умовах.

У процесі дослідження використано такі методи: історичний – при дослідженні генезису поняття «дебіторська заборгованість»; методи індукції та дедукції, метод порівняння, метод узагальнення – для розкриття й уточнення економічної сутності дебіторської заборгованості та здійснення її класифікації з метою бухгалтерського обліку; метод групування – для удосконалення класифікації дебіторської заборгованості; системний підхід – для побудови облікового забезпечення управління дебіторською заборгованістю; статистичні методи дослідження – для оцінки структури та динаміки дебіторської заборгованості підприємства; графічний – для наочного представлення результатів дослідження.

Інформаційну базу наукового дослідження є наукові праці вітчизняних вчених-економістів та нормативні акти з питань організації обліку дебіторської заборгованості.

У статті розглянуто економічну сутність дебіторської заборгованості підприємства, а також передумови її виникнення в сучасних умовах господарювання. Відображено класифікаційні ознаки щодо дебіторської заборгованості. Проведено діагностику складу та структури дебіторської заборгованості підприємства та проаналізовано чинники, що вплинули на її зміну. Розглянуто теоретичні та методологічні основи організації обліку дебіторської заборгованості. Встановлено, що для ефективного управління розрахунками з покупцями та замовниками виникає потреба у наявності об'єктивної інформації, передусім в деталізації облікових даних з покупцями та замовниками з метою їх контролю.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у визначенні та розкритті напрямів удосконалення організації обліку дебіторської заборгованості через створення резерву сумнівних боргів, проведення систематичної інвентаризації заборгованості, прискорення процесу погашення дебіторської заборгованості за допомогою сучасних форм її рефінансування тощо.

Одержані результати дослідження можуть бути використані для створення ефективної моделі обліку дебіторської заборгованості, що дасть змогу уникнути ризиків неплатоспроможності і зниження показників ліквідності внаслідок отримання об'єктивної та своєчасної інформації для прийняття управлінських рішень.

Ключові слова: дебіторська заборгованість, бухгалтерський облік, дебітори, облікова політика, розрахунки, резерв сумнівних боргів.

Berzhanir I. A.

PECULIARITIES OF THE ORGANIZATION AND DIRECTIONS OF IMPROVEMENT OF ACCOUNTS RECEIVABLES

Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
department of Finance, Accounting and Economic
security,
Sadova str., 2, Uman, Cherkasy region,
20300, Ukraine,
tel.: +380680530645,
e-mail:berzhanir.i@udpu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-7035-1170

Abstract. The purpose of the article is to study theoretical provisions and development of practical recommendations for improving the accounting process of calculations of business entities in modern conditions.

In the course of the study, the following methods are used: historical – in the study of genesis, the notion of «accounts receivable»; methods of induction and deduction, method of comparison, method of generalization – for the disclosure and clarification of the economic entity of receivables and its classification for accounting; grouping method – to improve the classification of receivables; system approach – for the construction of accounting control of receivables; statistical methods of research – for assessing the structure and dynamics of the receivables of the enterprise; graphic – for a visual representation of research results.

The information base of scientific research is the scientific works of domestic scientists-economists and regulatory acts on accounting.

The article deals with the economic essence of the receivables of the enterprise, as well as the preconditions for its emergence in modern economic conditions. The classification features on receivables are reflected. The diagnosis of composition and structure of the receivables of the enterprise was conducted and the factors influenced by its change. The theoretical and methodological foundations of the accounting of receivables are considered. It has been established that for efficient management of payments with buyers and customers there is a need for objective information, first of all in the detail of accounting data with buyers and customers in order to control them.

The scientific novelty of the results obtained is to determine and disclose the directions of improvement of the accounting of receivables through the creation of a reserve of doubtful debts, conducting systematic inventory of debt, accelerating the repayment of receivables with the help of modern forms of its refinancing, etc.

The results of the research obtained can be used to create an effective model of accounting, which will enable the risk of insolvency and reducing liquidity risks as a result of obtaining objective and timely information for the adoption of managerial decisions.

Keywords: accounts receivable, accounting, debtors, accounting policy, calculations, provision for doubtful debts.

Вступ. Питання обліку дебіторської заборгованості є дуже важливими й актуальним для функціонування будь-якого підприємства, особливо в сучасних українських умовах ведення бізнесу. Недосконала організація обліку дебіторської заборгованості на підприємстві може призвести до втрати змісту облікової інформації, викривлення її сутності, зниження достовірності інформації, що негативно вплине на управління заборгованістю та підприємством в цілому. Тому потрібно приділяти значну увагу організації обліку дебіторської заборгованості.

Дослідженням проблем відображення в обліку розрахунків з суб'єктами господарювання займалися вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема: І. Альошина, Т. Барановська, І. Белова, М. Василюк, Г. Власюк, О. Добровольська, Т. Дугар, В. Євдокимов, А. Загородній, Т. Знамеровська, С. Коцур, О. Мельниченко, Ю. Мороз, Л. Нападовська, О. Петрук, К. Сурніна, Ю. Цал-Цалко, О. Шатохіна, В. Шестерікова, В. Ясишена та інші вчені.

Водночас, дискусійність багатьох теоретичних положень, недосконалість нормативного й методичного забезпечення бухгалтерського обліку розрахунків з суб'єктами господарювання з огляду на сучасні інформаційні потреби користувачів зумовили актуальність теми дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретичних положень і розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення процесу обліку розрахунків суб'єктів господарювання в сучасних умовах.

У процесі дослідження було використано такі загальнонаукові методи: історичний – при дослідженні генезису поняття «дебіторська заборгованість»; методи індукції та дедукції, метод порівняння, метод узагальнення – для розкриття й уточнення економічної сутності дебіторської заборгованості та здійснення її класифікації з метою

бухгалтерського обліку; метод групування – для удосконалення класифікації дебіторської заборгованості; системний підхід – для побудови облікового забезпечення управління дебіторською заборгованістю; статистичні методи дослідження – для оцінки структури та динаміки дебіторської заборгованості підприємства; графічний – для наочного представлення результатів дослідження.

Результати. Методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про дебіторську заборгованість та її розкриття у фінансовій звітності визначено у П(с)БО 10, згідно з яким дебіторська заборгованість – це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату [1].

Згідно з МСФЗ дебіторська заборгованість – це непохідні фінансові активи з фіксованими платежами або платежами, які підлягають визначенню та не мають котирування на активному ринку [4]. Однак існують й інші визначення дебіторської заборгованості, які наведені в сучасній економічній літературі (табл. 1).

Таким чином, у системі управління як економікою, так і окремими підприємствами особливого значення набуває ефективне використання облікової інформації, цінність якої визначається придатністю комплексно характеризувати діяльність сучасних суб'єктів підприємницької діяльності з метою оцінки їх економіко-фінансового стану.

Таблиця 1

Визначення поняття «дебіторська заборгованість»

Table 1

Determination of the concept of «accounts receivable»

Автор	Визначення
Бланк І. О	Сума заборгованості на користь підприємства за наданий ним комерційний кредит, споживчий кредит, а також за попередню оплату продукції, що купується
Герасименко А. В.	Дебіторською заборгованістю є заборгованість інших осіб перед даною організацією, виражена в бухгалтерському обліку як майно організації.
Кияшко О. М.	Сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату, що виникла в результаті минулих подій, яку кредитор має право вимагати відшкодувати
Лігоненко Л. О.	Включені до майна підприємства його майнові вимоги до інших осіб, що є його боржниками в правовідносинах, які виникають за різних обставин
Орлова В.	Дебіторська заборгованість є сумою заборгованості юридичних або фізичних осіб, котрі в результаті минулих подій заборгували підприємству грошові кошти, їх еквіваленти або інші активи.
Голов С. Ф.	Дебіторська заборгованість – фінансовий актив, що є контрактним правом однієї сторони отримати гроші й узгоджується з відповідним зобов'язанням сплати іншої сторони.
Федорченко О. Є.	Дебіторська заборгованість – сума боргів юридичних і фізичних осіб підприємству в готівковій та безготівковій формах, яка виникає внаслідок господарських операцій, що відбулися в результаті минулих подій та підлягають погашенню у майбутньому.
Загородній А. Г., Вознюк Г. Л., Смовженко Т. С.	Дебіторська заборгованість – сума фінансових зобов'язань чи грошового боргу, яка підлягає погашенню.

Джерело: [2, 3].

Враховуючи це, дебіторську заборгованість можна трактувати як суму боргів, що належать підприємству, виникнення яких відбулося внаслідок ведення господарської

діяльності, а погашення відбудеться в майбутньому.

Аналіз економічних джерел свідчить, що на сьогодні запропоновано досить багато класифікаційних ознак дебіторської заборгованості [5, 6]. Здійснивши аналіз й узагальнивши варіанти класифікації дебіторської заборгованості, пропонується варіант класифікації дебіторської заборгованості з використанням ознак, що розкривають економічну природу різних видів дебіторської заборгованості, відповідають структурі бухгалтерського балансу та дозволяють якісно і вчасно сформулювати інформаційне забезпечення для прийняття рішень при управлінні підприємством (табл. 2).

Таблиця 2

Класифікація дебіторської заборгованості

Table 2

Classification of accounts receivable

№ з/п	Класифікаційна ознака	Види дебіторської заборгованості
1	За тривалістю	– довгострокова; – короткострокова.
2	За терміном виконання зобов'язань	– поточна; – прострочена.
3	За характером діяльності організації	– за основною діяльністю; – за фінансовою діяльністю; – за інвестиційною діяльністю.
4	За видами дебіторів	– покупців і замовників; – дочірніх підприємств; – працівників підприємств.
5	За доцільністю утворення	– виправдана; – не виправдана.
6	За регулярністю проведення угод	– від регулярних угод; – від нерегулярних угод.
7	За якісним складом	– нереальна для стягнення; – сумнівна; – надійна.

Джерело: [5].

Економіка в сучасних умовах побудована так, що будь-яке підприємство повинно постійно вести розрахунки з різними юридичними та фізичними особами. У процесі реалізації продукції ТОВ „Агро-астра” вступає у господарські відносини з покупцями, працівниками та іншими юридичними та фізичними особами. Підприємство реалізує, переважно, покупцям та замовникам значну частину виробленої продукції. Також вони можуть розраховуватись з підприємством-постачальником за продукцію перед її отриманням (передплата), в момент отримання (розрахунок готівкою) та після відвантаження (післяплата).

Проаналізуємо стан дебіторської заборгованості у ТОВ „Агро-астра” (табл. 3).

За аналізований період сума дебіторської заборгованості значно знизилася, про що свідчить частка дебіторської заборгованості за відвантажену продукцію. Це пояснюється високою платоспроможністю споживачів такої продукції. Так, наприкінці 2020 р. вона зменшилася на 16,1 п.п. в порівнянні з 2016 р. і на 6,1 п.п. до попереднього року.

Боргів підприємства перед бюджетом та заборгованості з одержаних авансів за аналізовані 2016–2020 рр. взагалі не було, що є позитивним явищем.

Таблиця 3

Динаміка складу та структури дебіторської заборгованості ТОВ „Агро-астра”

Table 3

Dynamics of composition and structure of accounts receivable of LLC «Agro-Astra»

Види дебіторської заборгованості	2016 р.		2017 р.		2018 р.		2019 р.		2020 р.	
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
За товари, роботи і послуги: чиста реалізаційна вартість	153	100	121	100	52	73,2	90	100	26	83,9
З одержаних авансів	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
З бюджетом	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	-	-	-	-	19	26,8	-	-	5	16,1
Всього	153	100	121	100	71	100	90	100	31	100

Перелік чинників, що впливають на обсяги формування дебіторської заборгованості підприємства, залежить від її виду (табл. 4).

Таблиця 4

Чинники, що впливають на виникнення та збільшення дебіторської заборгованості

Table 4

Factors affecting the emergence and increase of accounts receivable

Зовнішні	Внутрішні
– економічний стан;	– обсяги реалізації продукції;
– рівень розвитку ринку;	– особливості кредитної політики підприємства;
– законодавчі аспекти;	– забезпечення дебіторської заборгованості;
- галузеві фактори.	– стан контролю;
– стабільність курсу національної валюти;	– особливості маркетингової політики.
– рівень інфляції,	– політика управління дебіторською заборгованістю;
– політичний стан.	– конкурентоспроможність продукції.

Джерело: [7]

Підприємство, яке випускає продукцію у великих обсягах і зацікавлене у її швидкій реалізації або розширенні ринків збуту, може йти на поступки своїм покупцям щодо терміну оплати. Протягом терміну, початком виникнення якого вважається дата відпуску продукції, а кінцем – дата оплати покупцем раніше отриманої продукції, на підприємстві – постачальнику на суму реалізованої продукції буде існувати дебіторська заборгованість.

Основними завданнями бухгалтерського обліку розрахунків з покупцями є:

– своєчасне та правильне документальне оформлення операцій із руху грошових коштів та розрахунків;

– контроль за використанням грошових коштів в розрахунках виключно за цільовим призначенням; контроль за дотриманням форм розрахунків, встановлених в договорах з покупцями;

– своєчасна перевірка розрахунків з дебіторами для списання простроченої дебіторської заборгованості [8].

В бухгалтерському обліку для групування інформації про дебіторську заборгованість за товари, роботи, послуги призначений активний рахунок 36 „Розрахунки з покупцями та замовниками”, до якого відкривають такі субрахунки:

–361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями»;

–362 «Розрахунки з іноземними покупцями»;

–363 «Розрахунки з учасниками ПФГ»;

–364 «Розрахунки за гарантійним забезпеченням».

За дебетом рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» відображається продажна вартість реалізованої продукції, товарів, виконаних робіт, наданих послуг (у тому числі на виконання бартерних контрактів), яка включає податок на додану вартість, акцизи та інші податки, збори (обов’язкові платежі), що підлягають перерахуванню до бюджетів та позабюджетних фондів та включені у вартість реалізації, за кредитом – сума платежів, які надійшли на рахунки підприємства в банківських установах, у касу, та інші види розрахунків. Сальдо рахунку відображає заборгованість покупців та замовників за одержані продукцію (роботи, послуги) [9, 10].

Аналітичний облік розрахунків з покупцями та замовниками у ТОВ „Агро-астра” ведеться за кожним покупцем та замовником за кожним пред’явленим до сплати рахунком, що зазначається в Наказі про облікову політику.

Регістром аналітичного обліку розрахунків з дебіторами є реєстр дебіторів. У ньому відображається назви дебіторів, дата і документи, що засвідчує виникнення заборгованості, сума, дата і документ, що засвідчує погашення дебіторської заборгованості.

Етапи та порядок ведення обліку розрахунків з покупцями і замовниками представлено на рис. 1.



Рис. 1. Загальна схема обліку з покупцями і замовниками у ТОВ „Агро-астра”

Fig. 1. General scheme of accounting with buyers and customers in LLC «Agro-Astra»

Джерело: складено автором

Висновки. Важливою складовою управління фінансової безпекою підприємства є контроль за дебіторською заборгованістю з метою сприяння недопущення прострочення її оплати та запобігання стану безнадійної. Саме належна організація облікових процесів здатна забезпечити ефективне управління ризиками, які пов'язані із відволіканням коштів підприємства у дебіторську заборгованість, що сприятиме підвищенню ефективності управління його фінансовими ресурсами та забезпеченню фінансової безпеки.

З метою удосконалення обліку дебіторської заборгованості необхідно:

- проводити діагностику структури та динаміки дебіторської заборгованості підприємства в попередніх періодах;
- створювати резерв сумнівних боргів та розробити порядок його визначення в обліковій політиці підприємства;
- своєчасно здійснювати контроль за співвідношенням дебіторської і кредиторської заборгованості, оскільки значне перевищення фактичного обсягу дебіторської заборгованості створює загрозу фінансовій стабільності підприємства і сприяє залученню додаткових джерел фінансування;
- систематично проводити інвентаризацію заборгованості, враховуючи її важливість і вплив на ліквідність підприємства;
- визначати можливості застосування кредитної політики щодо окремих покупців продукції та формування її принципів і умов;
- прискорювати процес погашення дебіторської заборгованості за допомогою сучасних форм її рефінансування;
- здійснювати ефективний контроль за формуванням та погашенням дебіторської заборгованості підприємства [11, 12].

Таким чином, створення ефективної моделі обліку дебіторської заборгованості дасть змогу уникнути ризиків неплатоспроможності і зниження показників ліквідності внаслідок отримання об'єктивної та своєчасної інформації для прийняття управлінських рішень.

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість», затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 03.11.2020 № 290 із змінами і доповненнями. URL: <https://zakon.help/law/z0860-99> (дата звернення 12.05.2022 р.).
2. Бутко Н., Погрібняк В. Організація обліку дебіторської заборгованості в управлінні підприємством. *Молодий вчений*. 2020. № 12 (88), 110–114.
3. Журавська І. Л. Облік розрахунків з постачальниками та підрядниками. *Збірник тез Житомирського аграрного університету*. 2017. № 4. С. 56–59.
4. Міжнародні стандарти фінансової звітності. URL: https://msfz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/FZZ00057.
5. Сидоренко О. О. Визнання, класифікація та окремі аспекти обліку дебіторської заборгованості у суб'єктів господарювання. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 32. С. 449–456.
6. Онищенко О. В., Ткаченко І. В., Здор Б. Ю. Облікове забезпечення управління дебіторською заборгованістю підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Випуск 14. С. 124–128.
7. Костюнік О. В., Турова Л. Л., Ковтуненко В. М. Шляхи вдосконалення обліку дебіторської заборгованості. *Агросвіт*. 2016. № 6. С. 29–31.
8. Рибалко О. М., Коваль С. Є. Облікові аспекти управління дебіторською заборгованістю. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Випуск 13. С. 602–606.
9. Загородній А. Г. Бухгалтерський облік: основи теорії і практики. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 280 с.
10. Васільєва Л. М., Трайно О. В. Організація обліку дебіторської заборгованості та шляхи її удосконалення. *Молодий вчений*. 2017. № 10(50). С. 820–823.
11. Бержанір І. А. Напрями удосконалення обліку розрахунків з контрагентами. *Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти*: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції. Київ: «Інформаційно-аналітичне агентство», 2019. С. 25–27.

12. Бержанір І. А., Ковальчук М. С. Напрями удосконалення обліку дебіторської заборгованості. *Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки: Збірник наукових статей за матеріалами IV Всеукраїнської науково-практичної конференції* (12 – 13 квітня 2018 р.). Частина 2. Дніпро: НМетАУ, 2018. С. 234–238.

References

1. Regulation (standard) of accounting 10 «Accounts receivable», www.zakon.help/law/z0860-99. Accessed 12 May 2022.
2. Butko, N., and V. Poghribnjak. “Organization of accounting for receivables in enterprise management.” *Young scientist*, 2020, no. 12 (88), pp. 110–114.
3. Zhuravsjska, I. L. “Accounting for payments to suppliers and contractors.” *Collection of abstracts of Zhytomyr Agrarian University*, 2017. no. 4, pp. 56–59.
4. International Financial Reporting Standards, www.msfc.ligazakon.ua/ua/magazine_article/FZZ00057. Accessed 15 Dec. 2021.
5. Sydorenko, O. O. “Recognition, classification and accounting aspects of receivables from entities.” *Market infrastructure*, 2019, no. 32, pp. 449–456.
6. Onyshhenko, O. V., Tkachenko, I. V., and B. Ju. Zdor. “Accounting support for receivables management of the enterprise”. *Global and national economic problems*, 2016, no. 14, pp. 124–128.
7. Kostjunik, O. V., Turova, L. L., and V. M. Kovtunencko. “Ways to improve the accounting of receivables.” *Agrosvit*, 2016, no. 6, pp. 29–31.
8. Rybalko, O. M., and Koval. “Accounting aspects of receivables management.” *Global and national economic problems*, 2016, no. 13, pp. 602–606.
9. Zaghorodnij, A. Gh. *Accounting: basics of theory and practice*. Lviv, Ljvivjska politehnika, 2018.
10. Vasiljjeva, L. M., and O. V. Trajno. “Organization of accounting for receivables and ways to improve it.” *Young scientist*, 2017, no. 10(50), pp. 820–823.
11. Berzhanir, I. A. “Directions for improving the accounting of settlements with counterparties.” *Development strategy of Ukraine: financial, economic and humanitarian aspects*, VI International Scientific and Practical Conference. Kyjiv, 2019, pp. 25–27.
12. Berzhanir, I. A., and M. S. Kovaljchuk. “Directions for improving the accounting of receivables.” *Current problems of socio-economic systems in a transformational economy, IV Ukrainian scientific-practical conference Dnipro, NMetAU*, 2018, pp. 234–238.

УДК 658.56:657.37

doi: 10.15330/apred.2.18.23-30

Шкроміда В.В.¹, Шкроміда Н.Я.², Гнатюк Т.М.³

ІНТЕГРОВАНА ЗВІТНІСТЬ У КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КЛЮЧОВИХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ

Прикарпатський національний університет імені
Василя Стефаника,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра обліку і оподаткування,
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,
76018, Україна,
тел: (0342) 55-32-32,
e-mail: koa@pnu.edu.ua,

¹ ORCID: 0000-0003-1826-8243

² ORCID: 0000-0001-7170-2497

³ ORCID: 0000-0002-7984-987X

Анотація. Традиційна фінансова звітність, за своєю формою і змістом перестала відповідати інформаційним запитам користувачів облікової інформації в сучасних умовах

бізнесу, оскільки містить дані лише про історичні факти фінансового стану підприємства та результатів його діяльності. Зі сторони ключових стейкхолдерів спостерігається, окрім запиту на фінансові показники, значне зосередження уваги на нефінансовій інформації. Іншими словами, зацікавлені сторони існуючого бізнесу мають бажання бути поінформованими про соціальну значимість, екологічну чутливість, майбутні результати, а також ризики і можливості господарюючого суб'єкта на перспективу. Зрозуміло, досягнення такої мети є можливим за допомогою впровадження у практику компаній інтегрованої звітності.

Метою дослідження є обґрунтування теоретико-організаційних основ впровадження інтегрованої звітності у контексті інформаційного забезпечення ключових стейкхолдерів бізнесу через розкриття її історичних особливостей розвитку на міжнародному рівні та пошук підходів до впровадження набутого досвіду у вітчизняній обліково-аналітичній практиці.

Визначено, пропагування і стандартизація інтегрованої звітності різними інституціями дозволила досягнути дві важливі мети. Перша – полягає у зростанні уваги представників як великого, так і малого бізнесу до вирішення питань, пов'язаних зі сталим розвитком, оскільки, дбаючи про свою репутацію, компанії активно звітуються у досягненні власних результатів соціальної та екологічної діяльності у контексті інтересів ключових стейкхолдерів. За таких умов бізнес стає небайдужим до навколишнього середовища, соціальної справедливості та перспектив майбутніх поколінь. Досягнення другої мети забезпечує поступове розширення можливостей для існуючої системи обліку і звітності. Адже такі обставини масштабують межі облікового спостереження, породжують пошуки методів оцінки нових об'єктів, а також сприяють вдосконаленню підходів обліку та відображення їх у звітності.

Практичною цінністю проведених досліджень є доповнення теоретико-методологічної основи інтегрованої звітності, в частині її історичної трансформації на міжнародному рівні та впровадження передового досвіду у вітчизняній обліково-аналітичній практиці. Отримані наукові результати сприятимуть розвитку системи обліково-аналітичного відображення ресурсів компанії та результатів її діяльності, пов'язаних з вирішенням суспільно важливих екологічних та соціальних питань.

Ключові слова: інтегрована звітність, історичні особливості, нефінансові показники, рамкові підходи, стейкхолдери.

Shkromyda V.V.¹, Shkromyda N.Ya.², Gnatyuk T.M.³

INTEGRATED REPORTING IN THE CONTEXT OF KEY STAKEHOLDER INFORMATION SUPPORT

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Accounting and Taxation,
Shevchenko str., 57, Ivano-Frankivsk,
76018, Ukraine,
tel.: (0342) 55-32-32,
e-mail: koa@pnu.edu.ua,

¹ ORCID: 0000-0003-1826-8243

² ORCID: 0000-0001-7170-2497

³ ORCID: 0000-0002-7984-987X

Abstract. Traditional financial statements, in their form and content, have ceased to meet the information needs of users of accounting information in today's business environment, as it contains data only on the historical facts of the financial condition of the enterprise and its results. In addition to the demand for financial indicators, there is a significant focus on non-financial information from key stakeholders. In other words, the stakeholders of the existing business want to be informed about the social significance, environmental sensitivity, future results, as well as the risks and opportunities

of the business entity in the future. Of course, achieving this goal is possible through the implementation of integrated reporting companies.

The aim of the study is to substantiate the theoretical and organizational basis for the implementation of integrated reporting in the context of information support of key business stakeholders through the disclosure of its historical features at the international level and search for approaches to implementing experience in domestic accounting and analytical practice.

Certainly, the promotion and standardization of integrated reporting by different institutions has achieved two important goals. The first is to increase the attention of both large and small businesses to sustainable development, as companies are actively committed to achieving their own social and environmental performance in the context of the interests of key stakeholders. Under such conditions, business becomes indifferent to the environment, social justice and prospects for future generations. Achieving the second goal provides a gradual expansion of opportunities for the existing system of accounting and reporting. After all, such circumstances expand the boundaries of accounting observation, give rise to the search for methods of valuation of new objects, as well as contribute to the improvement of accounting approaches and their reflection in the reporting.

The practical value of the research is to supplement the theoretical and methodological basis of integrated reporting, in terms of its historical transformation at the international level and the introduction of best practices in domestic accounting and analytical practice. The obtained scientific results will contribute to the development of the system of accounting and analytical reflection of the company's resources and the results of its activities related to the solution of socially important environmental and social issues.

Key words: integrated reporting, historical features, non-financial indicators, framework approaches, stakeholders.

Вступ. У сучасних умовах економічних відносин традиційна фінансова звітність за своєю формою і змістом перестала відповідати інформаційним запитам користувачів облікової інформації, оскільки містить дані лише про історичні факти фінансового стану підприємства та результатів його діяльності. Окрім запиту на фінансові показники, зі сторони ключових стейкхолдерів спостерігається зосередження уваги на нефінансову інформацію. Іншими словами, зацікавлені сторони існуючого бізнесу мають бажання бути поінформованими про соціальну значимість, екологічну чутливість, майбутні результати, а також ризики і можливості господарюючого суб'єкта на перспективу. Відчуваючи такі запиту від оточення, господарюючі суб'єкти почали активно розширювати фінансову звітність і оприлюднювати додаткову інформацію, яка стосується намірів розвитку компанії, участі її у суспільно важливих процесах та врахування очікувань ключових стейкхолдерів.

Постановка завдання. Зрозуміло, розробка і впровадження звітності, яка б поєднувала фінансову та нефінансову інформацію, у практику сучасних компаній потребує чіткого обґрунтування теоретико-методологічних і методичних основ для її реалізації. Значну увагу до проблем змістового наповнення інтегрованої звітності та особливостей її оприлюднення приділяють ряд міжнародних і національних урядових та неурядових організацій. Окрім того, означені питання активно обговорюються у наукових працях таких дослідників як Атамас П., Безверхового К., Єршової Н., Жука В., Костирко Р., Костюченка В., Куцика П., Лоханової Н., Нестеренка О., Проданчука М. та ін. При цьому, висвітлення питань, присвячених проблематиці інтегрованої звітності, базується в більшості випадків на вивченні та імплементації сучасного зарубіжного досвіду і, відповідно, потребують подальшого дослідження, зокрема в частині розвитку національної практики.

Метою дослідження є обґрунтування теоретико-організаційних основ впровадження інтегрованої звітності у контексті інформаційного забезпечення ключових стейкхолдерів бізнесу через розкриття історичних особливостей її розвитку

інтегрованої звітності на міжнародному рівні та пошук підходів впровадження набутого досвіду у вітчизняній обліково-аналітичній практиці.

Проведене дослідження базується на використанні загальнонаукових методів та прийомів, таких як метод узагальнення і систематизації – при опрацюванні матеріалів наукових праць і публікацій за піднятою тематикою, дослідженні історичних особливостей розвитку інтегрованої звітності та її впровадження у вітчизняній обліково-аналітичній практиці; а також абстрактно-логічного методу і методу описового відображення – при побудові ілюстрованого матеріалу та формуванні авторських тверджень і висновків.

Результати. У ході проведеного дослідження встановлено, ще наприкінці минулого століття з метою задоволення інформаційних потреб ряд суб'єктів господарювання почали розширювати звітність своєї діяльності додатковими показниками, що у підсумку призвело до плутанини та труднощів сприйняття серед непоінформованих користувачів звітності. В умовах перенасичення звітності різними фінансовими і нефінансовими показниками користувачі частіше не знаходили потрібної інформації, що призводило до втрати актуальності зібраних даних та нівелювання значимості проведених облікових робіт. У цьому контексті для вирішення вказаних проблем розпочалися активні дослідження у вказаному напрямку як на теоретичному, так і практичному рівнях.

Основним фокусом означених досліджень стала розробка стандартизованих та уніфікованих підходів до формування звітності господарюючих суб'єктів, яка була б зорієнтована на інформаційні потреби ключових зацікавлених сторін з стандартною структурою та зрозумілим контентом.

Міжнародна компанія Ernst&Young, провівши оцінку корпоративної звітності компаній впродовж останніх десятиріч, відмічає перманентну динаміку змін щодо змістового наповнення і розкриття інформації у звітності [8]. Так, впродовж 1960-70-х роках корпоративна звітність містила лише фінансові звіти (рис. 1). З плином часу таку звітність стали насичувати примітками і коментарями керівництва компанії. На початку 2000-х років у корпоративній звітності стали появлятися окремі звіти, присвячені оприлюдненню зусиль компаній щодо досягнення цілей сталого розвитку. Також міжнародна консалтингова організація засвідчує, що станом на сьогодні більшість компаній переходить на формування і оприлюднення інтегрованої звітності, яка за своїм змістом включає фінансову інформацію, управління та винагороду, коментарі керівництва та інформацію про стійкість.

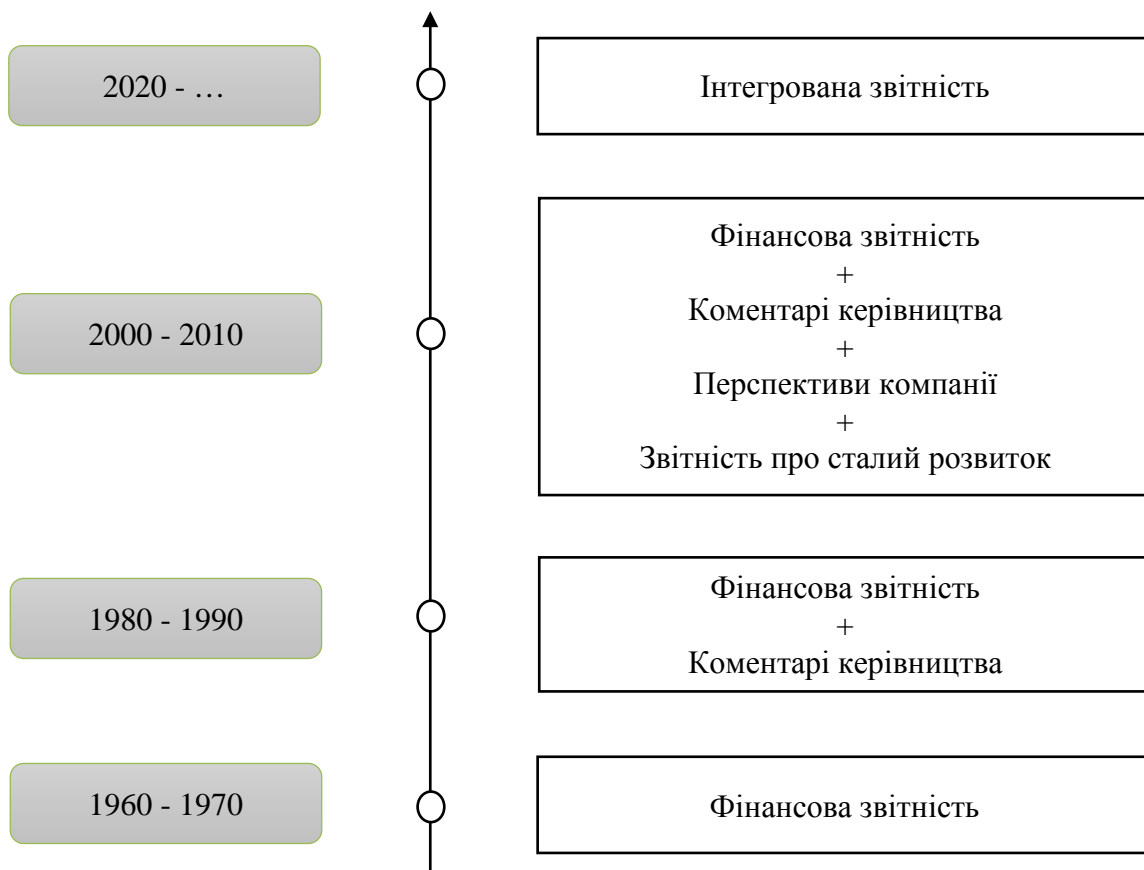


Рис. 1. Історичні передумови розвитку інтегрованої звітності та її змістового контенту
Fig. 1. Historical prerequisites for the development of integrated reporting and its content

До історичних етапів становлення інтегрованої звітності варто віднести декілька ключових подій. Так, основоположною подією започаткування і впровадження основ та принципів інтегрованої звітності вважається створення у 1997 році за підтримки програми ООН міжнародної незалежної організації Глобальні ініціативи зі звітності (Global Reporting Initiative), метою якої було залучення урядів держав і компаній цілого світу у вирішенні проблем, пов'язаних з зміною клімату, соціальною рівністю та корупцією [10]. Не менш вагомим стартом щодо актуалізації і розвитку звітності зі сталого розвитку було заснування у 2004 році проекту Принца Уельського «Бухгалтерський облік сталого розвитку» (Prince's Accounting for Sustainability), метою якого є забезпечення чіткості, стислості та порівнюваності звітів про сталий розвиток [12].

Ключовим поштовхом саме у розвиток інтегрованої звітності було створення у 2010 році Комітету з інтегрованої звітності (Integrated Reporting Committee), який згодом було реорганізовано та перейменовано на Міжнародну раду з інтегрованої звітності (International Integrated Reporting Council) [11]. Метою цієї ради є розвиток і впровадження у практику компаній соціального та екологічного обліку, а також стандартизація корпоративної інтегрованої звітності за структурою і змістом. До складу вказаної міжнародної інституції входять голови Ради з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (International Accounting Standards Board), Ради зі стандартів фінансового обліку (Financial Accounting Standards Board), Міжнародної федерації бухгалтерів (International Federation of Accountants), Міжнародної організації комісій з цінних паперів (International Organization of Securities Commissions), генеральних

директорів «Великої четвірки» (Ernst&Young, Deloitte, PWC і KPMG), керівники основних британських професійних бухгалтерських організацій та фінансові директори великих міжнародних корпорацій.

Варто відзначити, послужний перелік визначних подій, конференцій та створення організацій, які причетні до впровадження і розвитку інтегрованої звітності, є досить великим. Підтвердженням цього є поява і функціонування на постійній основі низки урядових і неурядових неприбуткових організацій, які на сьогоднішній день успішно пропагують необхідність участі у досягненні цілей сталого розвитку та звітування своєї діяльності у цьому напрямку. Окрім того, слід виділити широкого впровадження інтегрованої звітності на національному рівні. Для прикладу активну роботу у цьому напрямку здійснюють Нідерланди, країни англосаксонської облікової системи, південної Африки тощо.

Україна також долучилася до зазначеного тренду шляхом внесення у 2017 році доповнення до Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», де з'явилося визначення сутності «звіту про управління» та потреба його подачі разом із фінансовою звітністю. Відповідно до нормативного документу під звітом про управління слід розуміти «... документ, що містить фінансову та нефінансову інформацію, яка характеризує стан і перспективи розвитку підприємства та розкриває основні ризики і невизначеності його діяльності» [5]. Виходячи з такого трактування, звіт про управління покликаний забезпечити ключових стейкхолдерів тією інформацією, яка є відсутня і не може бути представлена у фінансовій звітності. Іншими словами, такий звіт є доповнюючим до фінансової звітності, що в сукупності формує інтегровану звітність. Також роком пізніше, у 2018 році, на державному рівні було розроблено і затверджено Методичні рекомендації зі складання звіту про управління, в якому пропонується структура звіту та норми і напрямки розкриття інформації для вітчизняних підприємств [6].

За своїм покликанням формування і оприлюднення суб'єктами господарювання інтегрованої звітності носить добровільний характер. Однак у вітчизняних реаліях ведення бізнесу згідно [6] великим підприємствам (понад 500 найманих працівників) рекомендовано подавати розгорнутий звіт про управління, у той же час середні підприємства мають право не відображати у звіті про управління нефінансову інформацію. Одночасно, від подання такого звіту звільняються мікропідприємства та малі підприємства.

Форма інтегрованої звітності, а також її змістове наповнення, є відсутні та носять виключно творчий підхід до формування. Вони в принципі є неможливі, так як за своєю метою та загальноприйнятою ідеєю подача такої корпоративної інформації може бути тільки у довільній формі та з мотивом максимального інформування зацікавлених сторін бізнесу. Хоча і на міжнародному, і на вітчизняному рівнях простежується ряд напрацювань у заданому напрямку, тобто розроблені рекомендаційні рамкові підходи (з англійської – «frameworks»), які покликані допомогти компаніям сформувати інтегровану звітність. До загальноприйнятих і найбільш популярних міжнародних рамок підходів зазвичай відносять:

– Рамковий підхід до інтегрованої звітності (Integrated Reporting Framework) [3] – містить рекомендації, як оприлюднити інформацію про охорону навколишнього середовища, вирішення соціальних питань, проблем працевлаштування, корупції та інше.

– Ініціатива з глобальної звітності (Global Reporting Initiative) [1] – широковідома як методичні рекомендації зі складання звітності зі сталого розвитку. Однак, наведені рекомендації містять інформацію як інтегрувати звіт керівництва компанії зі звітністю зі сталого розвитку.

– МСФЗ Практичний звіт «Коментар керівництва» (IFRS Practice Statement 1 «Management Commentary») [2] – наведені принципи, яких слід дотримуватися під час формування інтегрованої звітності, та структурні елементи, які слід розкрити у такій звітності. Зокрема, пропонується описати існуючу бізнес-модель, стратегію суб'єкта господарювання, його ресурси та параметри відносин, можливі ризики та інше.

Окрім того, у напрямку формування інтегрованої звітності компаній також є багато методичних розробок і рекомендацій, які пропонують своїм клієнтам та замовникам міжнародні аудиторські і консалтингові компанії [8, 9].

Вітчизняні Методичні рекомендації зі складання звіту про управління [6] також пропонують структуровану подачу інформації, а саме розкриття напрямів, присвячених:

- організаційній структурі та опису діяльності підприємства;
- результатам діяльності, ліквідності майна та опису зобов'язань;
- екологічним, соціальним аспектам та кадровій політиці;
- можливим ризикам;
- дослідженням, інноваціям та фінансовим інвестиціям;
- перспективам розвитку тощо.

Визначено, для формування інтегрованої звітності у контексті інформаційного забезпечення ключових стейкхолдерів необхідно дотримуватися таких принципів:

- максимальна орієнтація на інтереси зацікавлених сторін бізнес-партнерів та інших стейкхолдерів;
- суттєвість і надійність поданої інформації;
- повнота охоплення напрямів діяльності та співставність поданих даних у динаміці;
- спрямованість на майбутнє та стратегічний розвиток.

Дискусійним питанням серед науковців і дослідників проблем впровадження інтегрованої звітності у вітчизняній обліково-аналітичній практиці є місце оприлюднення такої інформації. Так, існує ряд науковців [7], які наполягають на узаконеному процесі оприлюднення інтегрованої звітності шляхом створення і функціонування «Єдиного порталу інтегрованої звітності підприємств та організації в Україні». Пропонується, що такий портал має бути створений при Міністерстві економіки України та мати галузевий і регіональний розрізи задля реалізації політики сталого розвитку на державному рівні. Вважаємо, такий підхід є дещо неправильним, що у підсумку призведе до формальності обліково-аналітичних розрахунків та виконання поставлених перед бізнесом чергових зобов'язань. На наш погляд, інтегрована звітність, яка використовує фінансові і нефінансові вимірники, покликана спонукати представників бізнесу з власної ініціативи задекларувати свої корпоративні наміри щодо вирішення економічних і соціально-екологічних питань, які не суперечать інтересам і узгоджуються з очікуваннями ключових користувачів.

Висновки. Слід відмітити, пропагування і стандартизація інтегрованої звітності різними інституціями дозволила досягнути дві важливі мети. Перша полягає у зростанні уваги представників як великого, так і малого бізнесу до вирішення питань, пов'язаних зі сталим розвитком. Дбаючи про свою репутацію, компанії активно звітуються у досягненні власних результатів соціальної та екологічної діяльності у контексті інтересів ключових стейкхолдерів [4]. Цим самим, бізнес стає небайдужим до довкілля, соціальної справедливості та перспектив майбутніх поколінь.

Друга мета, яка поступово досягається – це розширення можливостей для існуючої системи обліку і звітності. Адже такі обставини масштабують межі облікового спостереження, породжують пошуки методів оцінки нових об'єктів, а також сприяють вдосконаленню підходів обліку та відображення їх у звітності.

Перспективним напрямом подальших досліджень є розробка і вдосконалення теоретико-методологічної основи обліково-аналітичного відображення господарських засобів, джерел їх формування та результатів діяльності компанії, з акцентом на вирішення суспільно важливих екологічних та соціальних питань.

1. Global Reporting Initiative. URL: <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/> (дата звернення: 25.04.2022)
2. IFRS Practice Statement 1 «Management Commentary». URL: <https://www.ifrs.org/projects/work-plan/management-commentary/#about> (дата звернення: 24.04.2022)
3. Integrated Reporting Framework. URL: <https://www.integratedreporting.org/resource/international-ir-framework/> (дата звернення: 29.04.2022)
4. Shkromyda V., Shkromyda N., Gnatiuk T. and Vasylyuk M. Reputation Management Technological Tools: a Stakeholder Approach. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*. 2021. Vol. 8 (3), P. 97-105. DOI: <https://doi.org/10.15330/jpnu.8.3.97-105>.
5. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14/ed20210701#Text> (дата звернення: 29.04.2022)
6. Методичні рекомендації зі складання звіту про управління. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18#Text> (дата звернення: 29.04.2022)
7. Нестеренко О. О. Методологія та організація формування інтегрованої звітності: автореф. на здобуття наук. ступеня док. екон. наук: спец. 08.00.09. Харків, 2018. 40 с.
8. Офіційний сайт компанії Ernst & Young. URL: https://www.ey.com/uk_ua (дата звернення: 25.04.2022)
9. Офіційний сайт компанії KPMG. URL: <https://home.kpmg/xx/en/home.html> (дата звернення: 25.04.2022)
10. Офіційний сайт організації Global Reporting Initiative. URL: <https://www.globalreporting.org/> (дата звернення: 26.04.2022)
11. Офіційний сайт організації International Integrated Reporting Council. URL: <https://www.iasplus.com/en-gb/resources/global-organisations/iirc> (дата звернення: 26.04.2022)
12. Офіційний сайт проекту Prince's Accounting for Sustainability. URL: <https://www.accountingforsustainability.org/en/index.html> (дата звернення: 26.04.2022)

References

1. Global Reporting Initiative, [globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/](https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/). Accessed 25 Apr.2022.
2. IFRS Practice Statement 1 «Management Commentary», [ifrs.org/projects/work-plan/management-commentary/#about](https://www.ifrs.org/projects/work-plan/management-commentary/#about). Accessed 24 Apr.2022.
3. Integrated Reporting Framework, [integratedreporting.org/resource/international-ir-framework/](https://www.integratedreporting.org/resource/international-ir-framework/). Accessed 29 Apr.2022.
4. Shkromyda, V., Shkromyda, N., Gnatiuk, T., and M. Vasylyuk. "Reputation Management Technological Tools: a Stakeholder Approach." *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*, no.8 (3), 2021, pp. 97-105. doi.org/10.15330/jpnu.8.3.97-105.
5. On Accounting and Financial Reporting in Ukraine. Law of Ukraine. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14/ed20210701#Text. Accessed 29 Apr.2022.
6. Methodical recommendations for compiling a management report. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18#Text>. Accessed 29 Apr.2022.
7. Nesterenko, O.O. Methodology and organization of formation of integrated reporting: author's ref. for science. degree doc. econ. science: special. 08.00.09, Kharkiv, 2018, 40 p.
8. Ernst & Young, [ey.com/uk_ua](https://www.ey.com/uk_ua). Accessed 25 Apr.2022.
9. KPMG, home.kpmg/xx/en/home.html. Accessed 25 Apr.2022.
10. Global Reporting Initiative, [globalreporting.org/](https://www.globalreporting.org/). Accessed 26 Apr.2022.
11. International Integrated Reporting Council, [iasplus.com/en-gb/resources/global-organisations/iirc](https://www.iasplus.com/en-gb/resources/global-organisations/iirc). Accessed 26 Apr.2022.
12. Prince's Accounting for Sustainability, [accountingforsustainability.org/en/index.html](https://www.accountingforsustainability.org/en/index.html). Accessed 26 Apr.2022.

УДК 332

doi: 10.15330/apred.2.18.31-46

Васильченко С.М.¹, Михайлишин Л.І.²

АНАЛІЗ ЯКОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПАСПОРТІВ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ПРИКАРПАТТЯ

¹Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра теоретичної і прикладної економіки,
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,
76018, Україна,
тел.: (0342) 75-23-91,
e-mail: ktpe@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-2650-2514

²Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра міжнародних економічних відносин,
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,
76018, Україна,
тел.: (066) 349-31-08,
e-mail: kmev@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-7944-5317

Анотація. В статті запропоновано методику аналізу якості інвестиційних паспортів територіальних громад та проведено аналіз якості інвестиційних паспортів територіальних громад Прикарпаття. Маркетинг території та маркетинг інвестиційних можливостей громади, як будь-який комплекс маркетингу, повинний проводитись за стандартною методикою, а також містити увесь необхідний набір параметрів громади, які можуть зацікавити потенційних інвесторів та вплинути на їх інвестиційні рішення. Тому для аналізу якості інвестиційних паспортів територіальних громад, авторами статті було розроблено власну методику оцінки якості інвестиційних паспортів. Аналіз якості інвестиційних паспортів територіальних громад проводився шляхом моніторингу тих паспортів, які розміщені на офіційних сайтах ТГ Прикарпаття (62 територіальні громади) і посилання на які можна знайти на ресурсі <https://decentralization.gov.ua/>. Однак, якщо при моніторингу сайту, нами не було виявлено інвестиційного паспорту громади, ми звертались до пошукової системи GOOGLE задля пошуку такого документу на інших веб-ресурсах. Як свідчить проведений в статті огляд рейтингових оцінок Прикарпаття сьогодні володіє високим інвестиційним потенціалом, а на території області створено сприятливий інвестиційний клімат, який дозволяє успішно залучати інвестиції для розвитку економіки області. Однак, на погляд авторів статті, такий інвестиційний потенціал Прикарпаття реалізується не повністю через малу увагу, яку територіальні громади приділяють розробці інвестиційних паспортів громад. Автори статті поставили за мету проаналізувати наявність та якість інвестиційних паспортів громад Івано-Франківської області аби виявити резерви для подальшого росту інвестиційної активності на території Прикарпаття. Крім того, як відомо, інвестиційний паспорт є ключовим маркетинговим інструментом територіальної громади, а в умовах війни інвестиційний паспорт громади стає головним орієнтиром для бізнесу, який здійснює релокацію підприємств з зони боєвих дій. Результати проведеного аналізу показали, що підсумкова загальна оцінка якості

інвестиційних паспортів громад Івано-Франківської області виявилась невисокою. Середній бал склав 6,12 (за 12 – ти бальною шкалою), тобто якість інвестиційних паспортів громад задовільна. Основні недоліки інвестиційних паспортів, які з низили їх загальну оцінку, полягали у недотриманні структури, відсутності окремих розділів, або в їх недостатній інформативності. Крім того, як засвідчив проведений аналіз, лише 14% громад області мають розроблені та розміщені інвестиційні паспорти на свої сайтах.

Ключові слова: інвестиційний паспорт, інвестиційний потенціал, територіальна громада.

Vasylchenko S.M.¹, Mykhailyshyn L.I.²

ANALYSIS OF THE QUALITY OF INVESTMENT PASSPORTS OF PRECARPATHIAN LOCAL COMMUNITIES

¹Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Theoretical and Applied Economics,
Shevchenka str., 57, Ivano-Frankivsk,
76018, Ukraine,
tel. (0342) 75-23-91,
e-mail: ktpe@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-2650-2514

²Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of International Economic Relations,
Shevchenka str., 57, Ivano-Frankivsk,
76018, Ukraine,
tel. (066) 349-31-08,
e-mail: kmev@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-7944-5317

Abstract. The methods of analysis of the quality of investment passports of territorial communities and conducting of the analysis of the quality of investment passports of territorial communities of Precarpathian region has been proposed in the article. Marketing of the territory and marketing of investment opportunities of the community, as well as any marketing complex, should be carried out according to standard methods, as well as contain all the necessary set of community parameters that may interest potential investors and influence their investment decisions. Therefore, to analyze the quality of investment passports of territorial communities, the authors of the article developed their own methodology for assessing the quality of investment passports. The analysis of the quality of investment passports of territorial communities was carried out by monitoring those passports that are placed on the official websites of the territorial communities of Precarpathian region (62 territorial communities) and links to which can be found at <https://decentralization.gov.ua/>. However, if we didn't find a community investment passport while monitoring the site, we turned to the Google search engine to find such a document on other web resources. As evidenced by the review of the ratings conducted in the article, Precarpathian region today has a high investment potential, and a favorable investment climate has been created in the region, which allows to successfully attract investment for the development of the region's economy. But according to the authors of the article, such investment potential of Precarpathian region is not fully realized due to the little attention that territorial communities pay to the development of investment passports of communities. The authors of the article aimed to analyze the availability and quality of investment passports of communities of Ivano-Frankivsk region to identify reserves for further growth of investment activity in Precarpathian region. In addition, it is known that the investment passport is a key marketing tool of the territorial community, and in conditions of war, the investment passport of the community becomes the main reference point for businesses that relocate enterprises from the war zone. The results of the analysis showed that the final overall assessment of the quality of investment passports of communities in

Ivano-Frankivsk region was low. The average score was 6.12 (on a 12-point scale), i.e. the quality of community investment passports is satisfactory. The main shortcomings of investment passports, which reduced their overall assessment, were non-compliance with the structure, lack of separate sections, or lack of information. In addition, according to the analysis, only 14 per cent of the region's communities have developed and placed investment passports on their websites.

Key words: investment passport, investment potential, local community.

Вступ. Івано-Франківська область вже тривалий період посідає провідні позиції в рейтингах інвестиційної привабливості. За даними дослідження «Рейтинг інвестиційної привабливості регіонів», проведеним Київським міжнародним інститутом соціології у партнерстві з Інститутом економічних досліджень та політичних консультацій на замовлення Державного агентства з інвестицій та управління національними проектами України, Івано-Франківська область в 2014 році посіла 2-е місце в загальнонаціональному рейтингу областей за рівнем інвестиційної привабливості, поступившись лише Львівській області.[1] В наступних роках також простежувалась тенденція до зростання інвестиційної привабливості Прикарпаття. За даними досліджень станом на 2016 рік, проведеними науковцями Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, всі без винятку складові інвестиційного потенціалу області показували чітку позитивну динаміку зростання порівняно з аналогічними даними за 2014–2015 рр., особливо соціальна, фінансова та сільськогосподарська складові, котрі є визначальними у формуванні інвестиційного потенціалу Івано-Франківської області. [2] У 2020 році за результатами дослідження «Regional Doing Business – 2020» Івано-Франківська область посіла 5-у позицію за легкістю ведення бізнесу. Рейтинг “Regional Doing Business — 2020” визначався за сумою балів, набраною обласним центром у шести компонентах: започаткування бізнесу, сплата місцевих податків, оформлення земельної ділянки, приєднання до електромереж, одержання дозволів на будівництво та електронні сервіси. Оцінювання проводилося за адаптованою методологією Світового банку на основі опитування українських підприємців, у якому взяли участь 1754 респонденти з 25 областей та міста Києва. [3] Прямим підтвердженням високих рейтингів інвестиційної привабливості Івано-Франківської області можуть бути обсяги прямих інвестицій, які надходять в економіку області. Стабільно висока інвестиційна привабливість Івано-Франківської області впродовж тривалого часу, призвела до того, що в період з 2016 по 2019 роки Прикарпаття стало регіональним лідером за абсолютними обсягами прямих інвестицій, залучивши в 813, 8 млн. дол. у 2016 році, 925, 9 млн. дол. – у 2017 році та 836, 6 млн. дол., 908, 6 млн. дол. відповідно в наступні роки, поступившись лише Львівській області. Для порівняння, обсяги залучення прямих інвестицій сусідніми областями в період з 2016 по 2019 роки на порядок нижчі: Тернопільська область (68, 9 млн. дол., 55, 8 млн. дол., 49, 2 млн. дол., 45, 0 млн. дол.), Чернівецька область (80, 2 млн. дол., 68, 6 млн. дол., 59, 1 млн. дол., 57, 7 млн. дол.), Закарпатська область (437, 5 млн. дол., 334, 2 млн. дол., 311, 8 млн. дол., 328, 4 млн. дол.) відповідно. Головним чинником високих інтегральних показників інвестиційної привабливості Прикарпаття - є стабільно високі рейтинги обласного центру - міста Івано-Франківська. Так у 2019 році Івано-Франківськ посів друге місце після Києва із залучення інвестицій на одного жителя — 1912,7 дол. [4] Важливою передумовою залучення інвестицій – є, в тому числі, прозорість процедур, пов'язаних з процесом інвестування. Так у рейтингу Transparency International, за рівнем прозорості умов для інвестування у 2019 році місто Івано-Франківськ зайняло перше місце в Україні, на другому – Київ, третє посіло місто Вінниця. [5] Високі оцінки щодо інвестиційного клімату, підтверджуються і іншими рейтингами: в рейтингу Forbes, який визначає кращі міста для ведення бізнесу в Україні, місто Івано-

Франківськ у 2019 році посіло перше місце, а у 2020 році – 4-е. [6] Аналогічні високі показники місто отримало і в «Звіті про індекс конкурентоспроможності міст 2021», підготовленому ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій» (ІЕД) в рамках Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України». За показником Індекс конкурентоспроможності міст 2021 місто Івано-Франківськ посів 2-гу сходинку з результатом ІКМ 2021 – 65,41 бали і потрапило до групи міст з високим ІКМ, відставши лише на 2,24 бали від переможця ІКМ 2021 – Хмельницького. [7]

Постановка завдання. Як свідчить проведений огляд рейтингових оцінок, Прикарпаття сьогодні володіє високим інвестиційним потенціалом, а на території області створено сприятливий інвестиційний клімат, який дозволяє успішно залучати інвестиції для розвитку економіки області. Одна на наш погляд, такий інвестиційний потенціал Прикарпаття реалізується не повністю через малу увагу, яку територіальні громади приділяють розробці інвестиційних паспортів громад. Ми поставили за мету проаналізувати наявність та якість інвестиційних паспортів громад аби виявити резерви для подальшого росту економічної активності на території Прикарпаття. Крім того, як відомо, інвестиційний паспорт є ключовим маркетинговим інструментом територіальної громади, а в умовах війни інвестиційний паспорт громади стає головним орієнтиром для бізнесу, який здійснює релокацію підприємств з зони боєвих дій. За даними мінекономіки, станом на 28 квітня релокацію здійснили понад 400 підприємств, з яких 216 вже відновили свою роботу. Ще для близько 500 підприємств підібрані майданчики, і вони знаходяться на різних стадіях транспортування.[8]

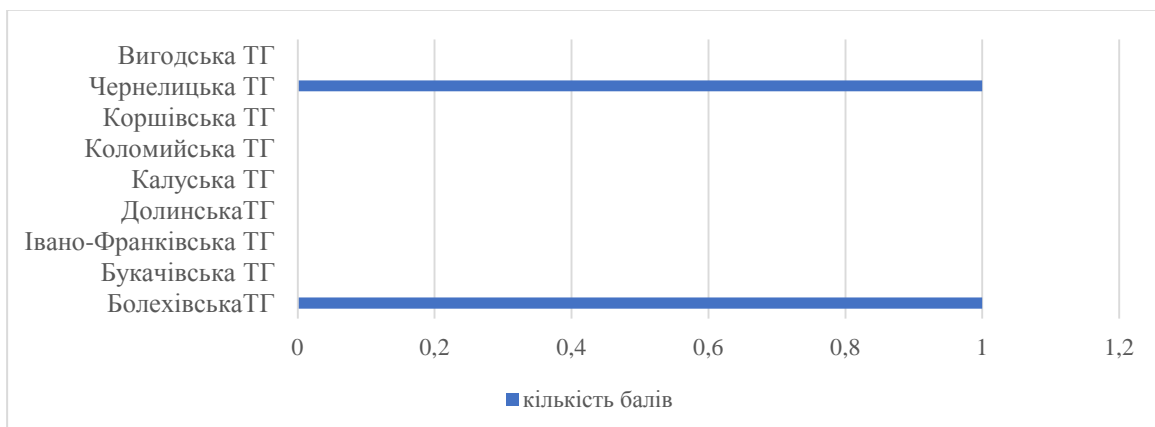
Маркетинг території та маркетинг інвестиційних можливостей громади, як будь-який комплекс маркетингу, повинний проводитись за стандартною процедурою, а також містити увесь необхідний набір параметрів громади, які можуть зацікавити потенційних інвесторів та вплинути на їх інвестиційні рішення. Тому аналізуючи якість інвестиційних паспортів громад слід дотримуватись єдиного уніфікованого підходу та спиратись на єдину методику складання інвестиційних паспортів. В якості методологічної основи такого аналізу ми пропонуємо використовувати широкодоступний шаблон інвестиційного паспорту з Посібника для місцевого самоврядування ТГ, підготовленого в межах Програми ООН із відновлення та розбудови миру за фінансової підтримки Європейського Союзу. [9] Запропонований шаблон інвестиційного паспорту містить 12 розділів з чітко визначеним змістом. На наш погляд це дає можливість об'єктивно оцінити інвестиційні паспорти громад кількісно за 12-ти бальною шкалою: один розділ – один бал. Чим більше розділів міститимуть інвестиційні паспорти громад, чим більше вони будуть збігатися за змістом із запропонованим зразком, чим змістовнішими будуть ці розділи, тим більшу підсумкову оцінку вони зможуть отримати. Деякі розділи інвестиційних паспортів ми умовно поділяємо на підпункти. Наприклад розділ 7 «Демографія та людські ресурси» було розбито за змістом на 5 підрозділів: 1) загальна чисельність населення, 2) територіальний розподіл населення за населеними пунктами 3) вікова структура населення 4) гендерна структура населення 5) кількість працездатного населення. За кожний підпункт нараховується по 0,2 бали, максимальна оцінка за розділ – 1 бал.

Аналіз якості інвестиційних паспортів територіальних громад проводився методом моніторингу тих паспортів, які розміщені на офіційних сайтах ТГ Прикарпаття (62 територіальні громади) і посилання на які можна знайти на ресурсі <https://decentralization.gov.ua/>. Однак, якщо при моніторингу сайту, нами не було виявлено інвестиційного паспорту громади, ми звертались до пошукової системи GOOGLE задля пошуку такого документу на інших веб-ресурсах. Так на момент проведення аналізу сайти **дев'ятьох** громад Івано-Франківської області (Болахівської, Букачівської, Вигодської, Долинської, Івано-Франківської, Калуської, Коломийської,

Коршівської та Чернелицької) мали посилання на інвестиційні паспорти. Однак не всі громади, як виявилось у ході підготовки до аналізу, мали заявлені на офіційних сайтах паспорти громад, або вони містились на інших сайтах. Так, наприклад, нам не вдалось розшукати інвестиційний паспорт Івано-Франківської ТГ на її офіційному сайті <https://mrada.if.ua>. Натомість інвестиційний паспорт міста (не територіальної громади) Івано-Франківська існує і розміщений на порталі МВК <https://www.mvk.if.ua/invclim/51611>. Отже, на сьогодні інвестиційного паспорту Івано-Франківської територіальної громади, за фактом, не існує, оскільки кількість рад, що об'єднались сьогодні навколо м. Івано-Франківська зростає з 5 (як вказано в інвестиційному паспорті міста станом на 2019 р.) до 19, відповідно змінилась загальна площа, демографія, ресурсний потенціал, а також і інші ключові показники інвестиційного паспорту. Однак, не зважаючи на це, ми залишили Івано-Франківську територіальну громаду в числі тих, які умовно мають інвестиційні паспорти з огляду на те, що м. Івано-Франківськ, як центр громади, концентрує переважну частку всіх ресурсів і презентує більшість інвестиційних можливостей громади. Аналогічна ситуація склалася з Болехівською територіальною громадою, на офіційному сайті якої розміщений інвестиційний паспорт міста, а не громади. Однак, враховуючи те, що Болехівська територіальна громада була створена за рахунок об'єднання селищних рад, що і раніше входили територіально до м. Болехів, можна умовно розглядати інвестиційний паспорт міста Болехів як інвестиційний паспорт громади.

Результати. Проведений моніторинг інвестиційних паспортів територіальних громад Прикарпаття дав наступні результати:

1. Зміст, розміщений на першій сторінці інвестиційного паспорту, має відображати структуру інвестиційного паспорту та допомагати потенційному інвестору знайти потрібну інформацію. Однак розділ «Зміст» (Рис.1) існує тільки у інвестиційних паспортах м. Болехова та Чернелицької ТГ, що складає 22% проаналізованих паспортів громад.

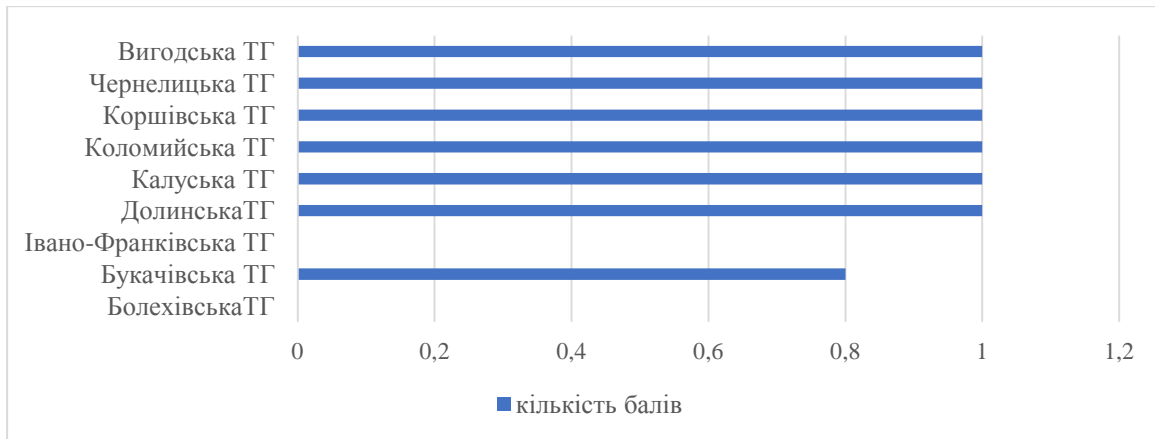


Джерело: складено автором за результатами дослідження.

Рис.1. Наявність «Змісту» інвестиційного паспорту.

Fig.1. Availability of the "Contents" of the investment passport.

2. Вітальне слово голови громади розміщено в тексті більшості проаналізованих інвестиційних паспортів громад (78% проаналізованих паспортів громад), окрім Болехівської та Івано-Франківської громад, а в ІІІ Букачівської ТГ вітальне слово, чомусь, розміщено в кінці паспорту (Рис.2).

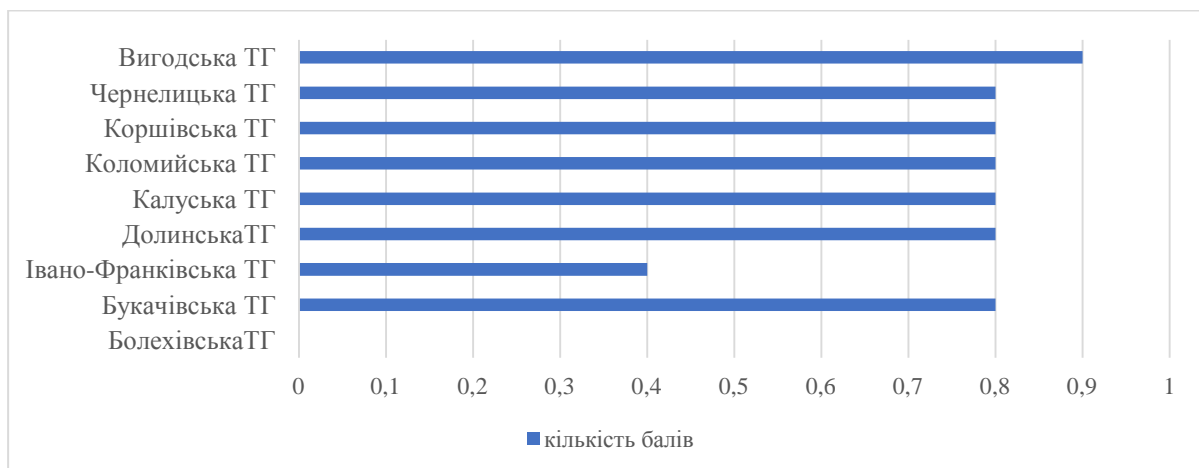


Джерело: складено автором за результатами дослідження.

Рис.2. Наявність вітального слова.

Fig.2. Availability of a welcome speech.

3. Адміністративний устрій (Рис.3) відображено, хоча і не виділено в окремий розділ, в інвестиційних паспортах більшості громад: Долинської, Калуської, Коломийської, Коршівської, Чернелицької та Букачівської громад (78% проаналізованих паспортів громад). У вступних частинах інвестиційних паспортів, як правило, зазначено адміністративний центр та кількість сіл, що входять до громад. Також відсутній окремий розділ про адміністративний устрій в ІІ Вигодської ТГ, але опис адміністративного устрою наведений детальніше, ніж у інших ІІ громад. Повністю відсутній опис адміністративного устрою Болехівської ТГ. Адміністративний устрій Івано-Франківської громади відображено некоректно з причин, про які вже зазначалось в розділі «Методика аналізу».

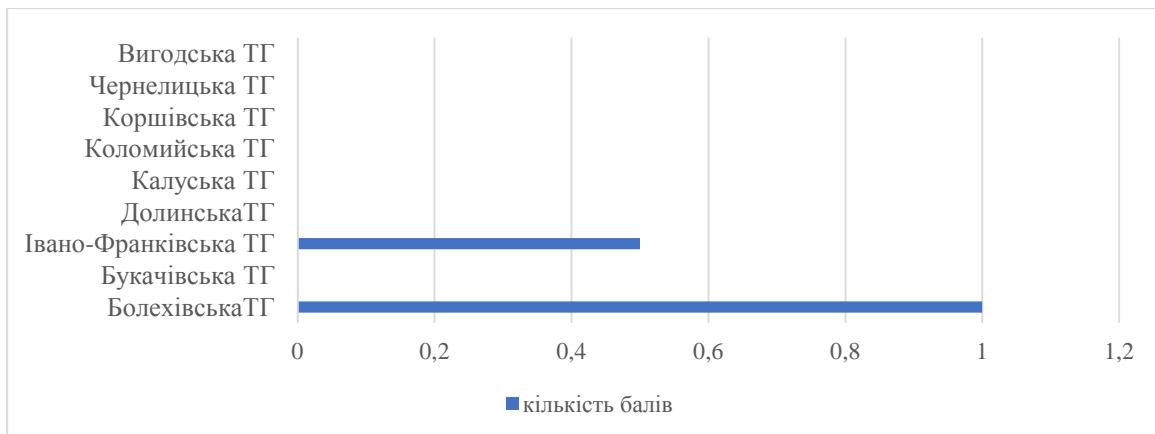


Джерело: складено автором за результатами дослідження.

Рис.3. Відображення адміністративного устрою.

Fig.3. Display of the administrative structure.

4. Історія громади представлена в інвестиційних паспортах лише двох громад: Івано-Франківської та Болехівської ТГ. (22 % проаналізованих паспортів громад). Але слід зауважити, що історія створення Івано-Франківської громади у зв'язку з децентралізацією, не завершена, і відображена частково станом на 2019р.

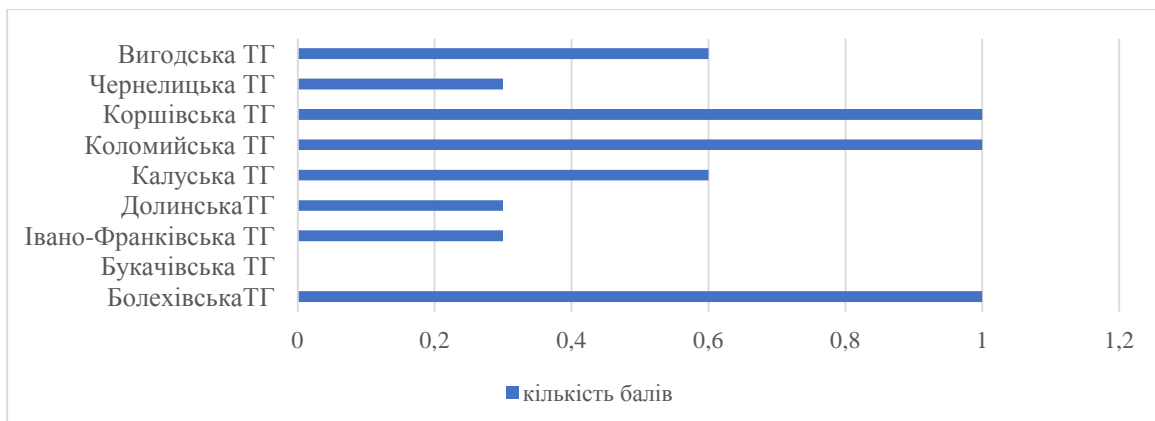


Джерело: складено автором за результатами дослідження.

Рис.4. Відображення історії громади.

Fig.4. Display of community history.

5. «Природно-географічні та кліматичні умови» (Рис.5) у всіх інвестиційних паспортах знайшли своє відображення в окремих розділах. Однак, в більшості ПП громад деякі позиції, важливі для ухвалення інвестиційних рішень потенційним інвестором, описані частково, або відсутні. Так, наприклад в ПП Вигодської та Калуської ТГ не відображено кліматичні умови, в ПП Івано-Франківської, Чернелицької та Долинської ТГ зазначено лише географічне місце розташування і не відображено як природні так і кліматичні умови. А в ПП Букачівської ТГ такий розділ відсутній взагалі.



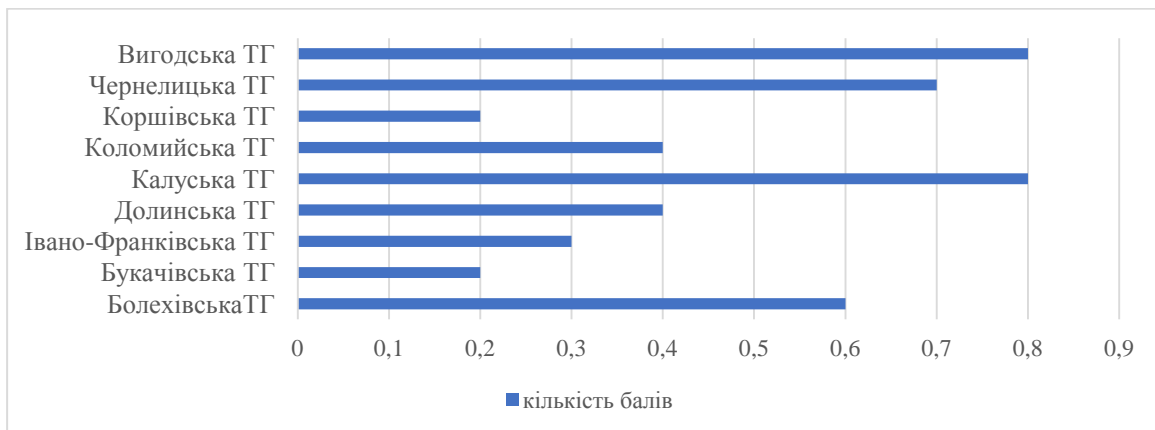
Джерело: складено автором за результатами дослідження.

Рис.5. Відображення природно-географічних та кліматичних умов.

Fig.5. Display of natural, geographical and climatic conditions.

6. Розділ «Ресурсно-сировинний потенціал» (Рис.6) в більшості інвестиційних паспортів розкрито не повністю: відсутні підрозділи «Водні ресурси» та «Лісові масиви» в ПП Болехівської ТГ, хоча на території ТГ є як водні так і лісові ресурси, в ПП Долинської ТГ також відображено лише водні та туристичні ресурси, в ПП Коломийської ТГ про ресурсний потенціал громади згадується лише у вступному слові та в позначках на карті громади, але ця тема не знайшла відображення в тексті інвестиційного паспорта, хоча є достатньо багато інформації про туристичні ресурси. Також не в усіх інвестиційних паспортах громад згадується про туристичний потенціал: Калуська ТГ, на наш погляд, має необхідні ресурси для розвитку туризму (інвестиційні пропозиції інвестиційного порталу громади містять такі проекти), але це не знайшло відображення в даному розділі ПП громади. В ПП Букачівської громади є

згадка (2 речення) про водні та туристичні ресурси, але ця інформація дуже обмежена і її недостатньо для ухвалення інвестиційних рішень. В інвестиційному паспорті Чернелицької ТГ вдало описані ресурси громади в окремих розділах «Корисні копалини» та «Туристичний потенціал», але «Водні ресурси» - р. Дністер, як не дивно, не згадуються. В ІІІ Вигодської ТГ відсутній розділ «Ресурсно-сировинний потенціал», але він достатньо повно відображений в інших розділах, зауваження стосується лише одного пункту: «Лісові ресурси», - одного з головних ресурсів громади. В ІІІ не описано ані площі лісових масивів, а ні їхньої характеристики (згадується лише про Державне підприємство «Вигодське лісове господарство», його історію та діяльність). Оцінити ресурсний потенціал Івано-Франківської громади за даними ІІІ міста Івано-Франківська можна лише частково, оскільки територія громади значно виросла з 2019 року в процесі децентралізації, як і її ресурсний потенціал.



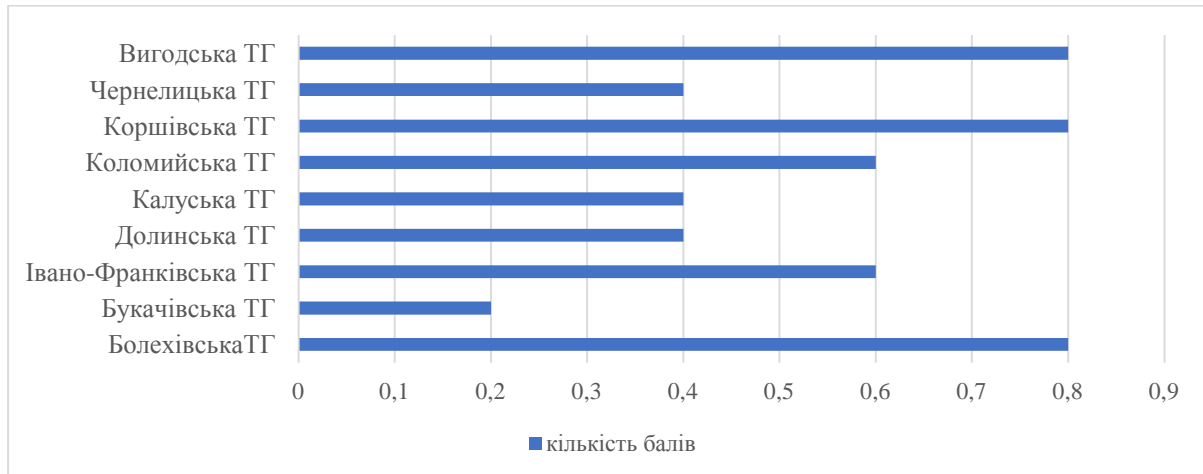
Джерело: складено автором за результатами дослідження.

Рис.6. Відображення ресурсно-сировинного потенціалу.

Fig.6. Display of resource and raw material potential.

7. Демографія та людські ресурси (Рис.7) знайшли відображення в інвестиційних паспортах усіх без винятку громад. Однак наповнюваність цього розділу в деяких громадах недостатня, або такий окремий розділ взагалі відсутній. Так в ІІІ Коломийської громади відсутній розділ 7, а інформація про демографію та людські ресурси занесена в розділ «Загальна характеристика», немає також інформації щодо демографічної ситуації в населених пунктах громади, а характеристика демографічної структури населення громади обмежена гендерним аналізом. Також відсутня вікова структура населення: згадується лише чисельність працездатного населення. Аналогічна ситуація з аналізом демографічної ситуації та людських ресурсів в ІІІ Івано-Франківської громади, де згадується лише динаміка чисельності населення, вікова структура та частка працездатного населення і повністю відсутній гендерний демографічний аналіз та відсутні данні щодо чисельності населення селищних рад громади. Крім того, ці данні не точно відображають реальність, оскільки данні стосуються Івано-Франківської міськради станом на 2019 рік. Ще гірше відображена інформація про демографію та людські ресурси в ІІІ Долинської ОТГ: ІІІ паспорт не тільки не має відповідного розділу, але і всі данні обмежуються загальною чисельністю населення, та чисельністю працездатного населення. Така ж незадовільна ситуація і з ІІІ Калуської громади: тут також відсутній розділ «Демографія та людські ресурси», а вся інформація обмежується даними про загальну чисельність населення (з поділом на міське та сільське) та про кількість працездатного населення. ІІІ Чернелицької ТГ, хоча і містить розділ «Демографічна характеристика», але інформативність цього розділу низька: наводяться данні тільки про загальну чисельність населення та його розподіл

за населеними пунктами. Краще подано інформацію про демографію і людські ресурси в ІІІ Коршівської ТГ (відсутній гендерний аналіз, а сам розділ, чомусь, називається «Загальна характеристика»), в ІІІ Вигодської ТГ (відсутні данні про загальну чисельність населення ТГ) та в ІІІ Болехівської ТГ (відсутні данні про чисельність населення в населених пунктах громади). Найгірше подано інформацію щодо демографії та людських ресурсів в ІІІ Букачівської ТГ: наведено данні тільки про загальну чисельність населення громади.

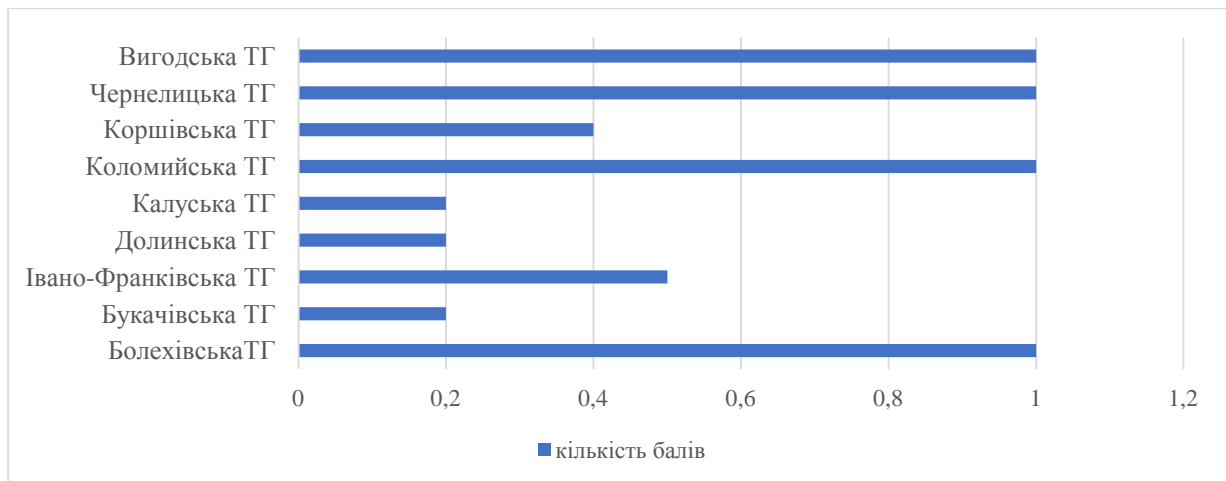


Джерело: складено автором за результатами дослідження.

Рис.7. Відображення демографії та людських ресурсів.

Fig.7. Display demographics and human resources.

8. Транспортна інфраструктура (Рис.8) достатньо повно описана в ІІІ Болехівської, Коломийської, Чернелицької, Вигодської ТГ. Однак половина громад або не має відповідного розділу в своїх інвестиційних паспортах, або інформація щодо транспортної інфраструктури є недостатньою. Так в ІІІ Долинської та немає відповідного розділу, лише в інвестиційних пропозиціях є прив'язка об'єктів до транспортної інфраструктури. Немає такого розділу і в ІІІ Калуської громади, а інформація про транспортну інфраструктуру обмежується двома реченнями в розділі «Загальна інформація» про національну автомобільну дорогу та вокзал. В ІІІ Букачівської ТГ також відсутній розділ з характеристикою транспортної інфраструктури, є лише коротка згадка про залізничну станцію та відстань до найближчої автомагістралі. В ІІІ Коршівської ТГ є розділ транспортне сполучення, згадується про залізничне сполучення, але немає інформації про автомобільні шляхи. В ІІІ міста Івано-Франківськ данні про транспортну інфраструктуру неповні: відсутня інформація про шляхи та сполучення з новими селами громади.

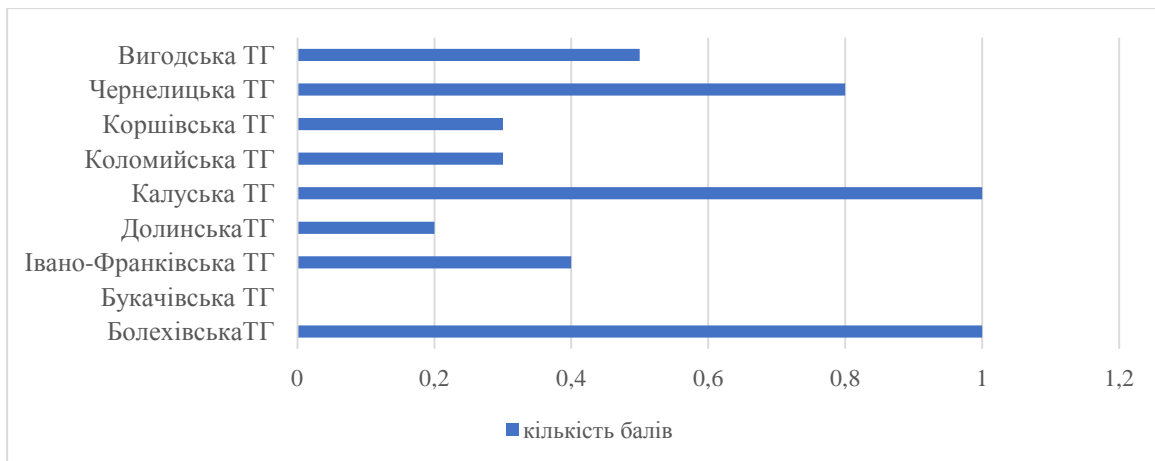


Джерело: складено автором за результатами дослідження.

Рис.8. Відображення транспортної інфраструктури.

Fig.8. Display of transport infrastructure.

9. Освітнє, культурне та медичне забезпечення громади (соціальна інфраструктура) представлені в інвестиційних паспортах більшості громад (Рис.9), однак данні, як правило, загальні: зазначено кількість установ освіти, культури та охорони здоров'я, але не деталізовано данні про кількість працівників та осіб, що здобувають освіту, площа навчальних закладів (наприклад ІІ Болехівської ТГ), або такі розділи (частини розділів) відсутні взагалі. Так немає відповідного розділу в ІІ Коломийської ТГ (наводиться лише кількість закладів освіти, культури та охорони здоров'я в розділі «Загальна характеристика»). В ІІ Долинської ТГ немає не тільки розділу щодо соціальної інфраструктури, але і взагалі відсутня будь-яка інформація про освітні і медичні заклади. В ІІ Вигодської ТГ також немає відповідного розділу, згадується загальна чисельність закладів соціальної інфраструктури, але описана діяльність тільки закладів культури. Натомість достатньо деталізовано описано освітню інфраструктуру в ІІ Чернелицької ТГ: вказано не тільки кількість закладів освіти, але й їхню потужність, кількість учнів, класів, персоналу, зазначено проблеми та основні цілі. Також повно подається інформація про медичні заклади громади, але немає даних про заклади культури. ІІ Івано-Франківської ТГ має розділ «Соціальна інфраструктура», де достатньо добре представлені освітня та медична інфраструктура міста, але немає згадки про заклади культури, а також не відображена соціальна інфраструктура населених пунктів громади. В ІІ Коршівської ТГ добре відображена освітня інфраструктура, але не описана медична і повністю відсутня інформація про заклади культури. Відсутній розділ і, взагалі, немає інформації щодо соціальної інфраструктури в ІІ Букачівської ТГ.

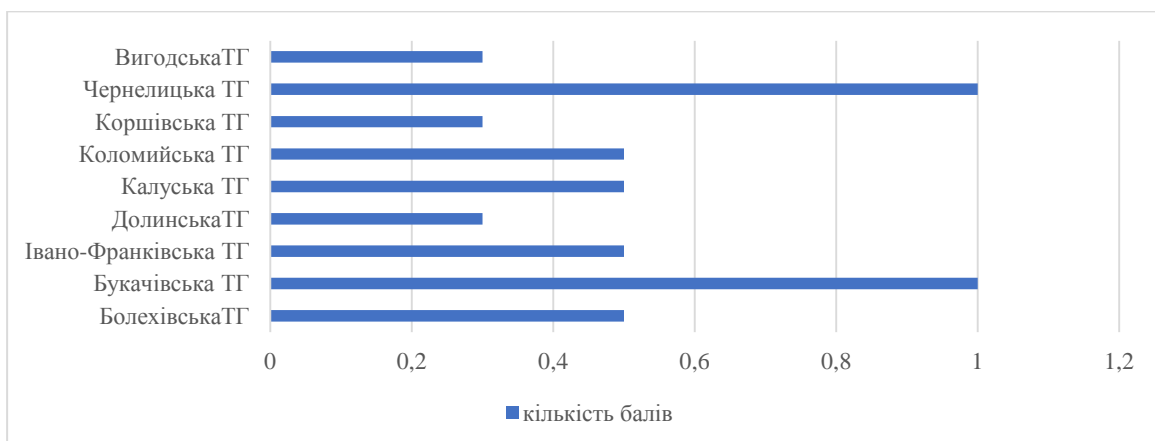


Джерело: складено автором за результатами дослідження.

Рис.9. Характеристика соціальної інфраструктури.

Fig.9. Characteristics of social infrastructure.

10. Місія, особливості та конкурентні переваги громади (місія громади – це причина її появи, основне її призначення, унікальні особливості), знайшли відображення в інвестиційних паспортах Букачівської, міста Івано-Франківська (без опису громади), Чернелицької громад, що свідчить про усвідомлення стратегії розвитку громади та бачення її перспективи (Рис.10). Коротко про пріоритети та конкурентні переваги громади згадується і у вступному слові голови Коршівської та Вигодської ТГ. В ІІ Коломийської ТГ зазначені конкурентні переваги громади, але бачення перспективи (місії), пріоритети та призначення громади – не визначено. В ІІ та Калуської ТГ зазначені переваги для інвестування (як в окремому розділі, так і у вступному слові голови громади), але загальне бачення головних стратегічних напрямків розвитку громади (місія), бачення перспективи громади не визначені. Також і в ІІ Болехівської ТГ визначені конкурентні переваги громади, але місія громади залишилась не сформульованою. Не знайшла відображення інформація про місію, конкурентні переваги та особливості громади в ІІ Долинської ТГ: зазначається про загальний стратегічний пріоритет – розміщення високотехнологічних та екологічно безпечних виробничих потужностей без визначення галузей пріоритетного розвитку.

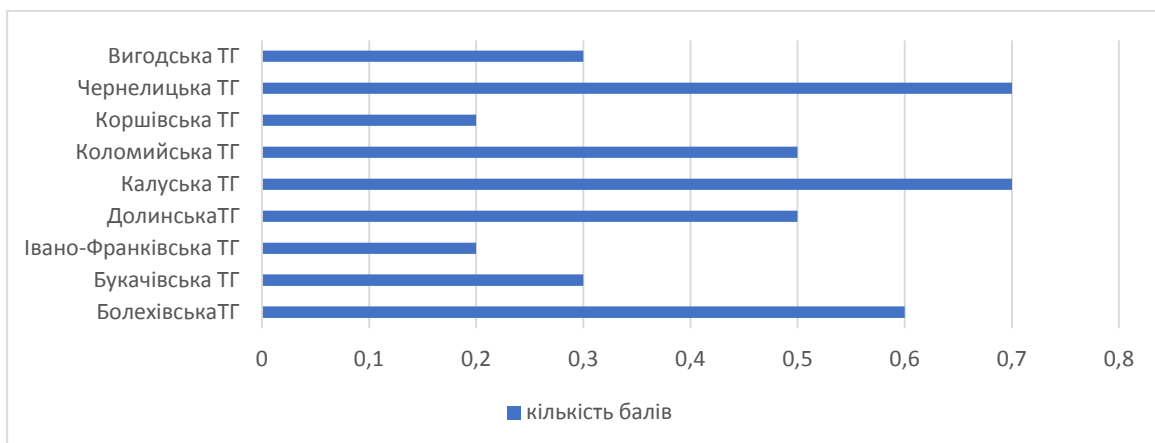


Джерело: складено автором за результатами дослідження.

Рис.10. Опис місії, особливостей та конкурентних переваг громади.

Fig.10. Description of the mission, features and competitive advantages of the community.

11. В розділі «Сприятливі умови для інвестора» переважно всі громади надають повну інформацію про види економічної діяльності, кількість суб'єктів господарської діяльності, але в жодному ІП громади, окрім Вигодської ТГ, не надається структуру земельного фонду (окрім даних про територію громади). Однак інші складові відповідного розділу в ІП Вигодської ТГ майже не відображено (є коротка інформація про два СПД на території громади в розділі «Бізнес»). В ІП Болехівської та, особливо, Калуської ТГ вдало наведена кількісна і структурна характеристика підприємств промисловості та інших СПД, але, нажаль, структура земельного фонду громад не відображена. В інвестиційному паспорті Чернелицької ТГ найбільш вдало (з використанням діаграм) відображено кількісну і галузеву структуру бізнесу громади, але не наведено даних про структуру земельного фонду. В ІП Долинської та Коломийської ТГ хоча і подається не систематизована інформація про СПД громади, не розкрита структура підприємств (бізнесу) громади та земельного фонду. В ІП Коршівської ТГ повністю відсутні розділи, які б характеризували економічну активність громади, структуру бізнесу та земельного фонду (в розділі «Інфраструктура» згадується один СПД «Коршів-хліб»). Подібна ситуація з ІП Букачівської ТГ: наведена лише кількість підприємств на території громади (причому подана інформація суперечлива: спочатку вказано 60 підприємств, на наступній сторінці – повідомляється про 7 підприємств), без аналізу галузевої структури СПД та земельного фонду. Така ж проблема і з ІП м. Івано-Франківська: не наводиться галузева структура підприємств та земельного фонду, крім того данні не актуальні (2018 рік) і не повністю відображають стан громади після приєднання нових селищних рад (Рис.11).



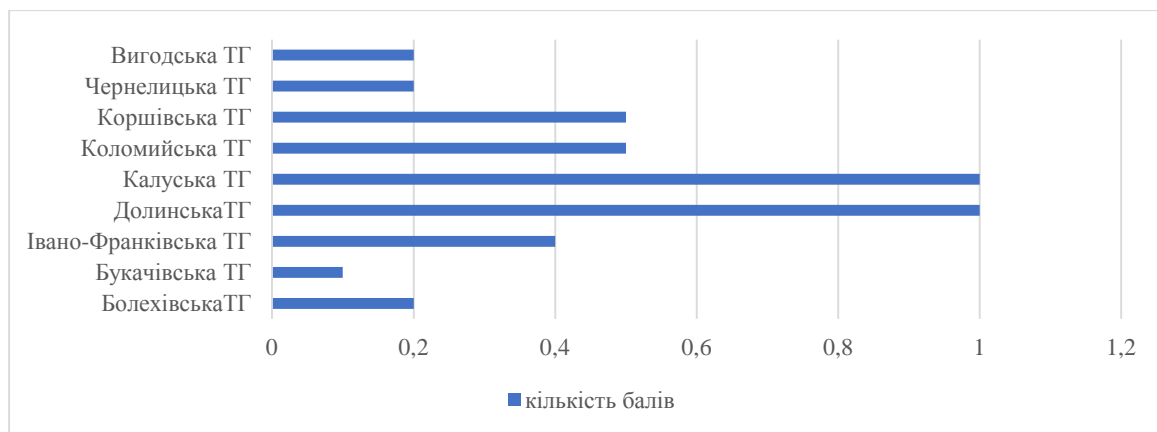
Джерело: складено автором за результатами дослідження.

Рис.11. Опис сприятливих умов для інвестора.

Fig.11. Description of favorable conditions for the investor.

12. Пропозиції для інвесторів містяться, переважно, у всіх інвестиційних паспортах, відмінність полягає у кількості таких пропозицій, а також у кількості та якості проектів (ключові комерційні, технічні та юридичні деталі проектів). ІП Долинської ТГ містить 5 пропозицій з детальними проектами. Калуська ТГ має власний інвестиційний портал (<http://investkalush.if.ua>) з детальними пропозиціями, проектами та земельними ділянками. Місто Івано-Франківськ розміщує і ІП данні про вільні земельні ділянки та виробничі потужності, але представлені інвестиційні проекти (5) не деталізовані, лише зазначено поштові адреси осіб, з якими можна контактувати. Крім того, інвестиційні пропозиції обмежені територію громади міста станом на 2019 рік. Коломийська ТГ пропонує вільні земельні ділянки (11 об'єктів грін - та браунфілдів відповідно з коротким описом розташування та інфраструктури), але

висуває одну інвестиційну пропозицію без опису ключових комерційних, технічних та юридичних деталей. Аналогічно і Коршівська ТГ пропонує вільні земельні ділянки (6 об'єктів грін - та браунфілдів відповідно з коротким описом розташування та інфраструктури), а також висуває дві інвестиційні пропозиції без опису ключових комерційних, технічних та юридичних деталей. Три інвестиційні пропозиції з дуже коротким описом подає Вигодська ТГ. Чернелицька громада пропонує тільки вільні земельні ділянки (три об'єкти) з коротким описом (місце розташування, площа, призначення, право власності, кадастровий номер), жодного проекту не представлено. В ІІІ Болахівської ТГ територіальна громада пропонує для втілення лише один проект. Причому звертає на себе увагу те, що цей проект стосується туристичної галузі, а єдина земельна ділянка, яка пропонується громадою в п.3.1. «Вільні земельні ділянки», призначена для промислового використання. Зазначається, що розроблено бізнес-план проекту, але деталі проекту не розкрито. Але найгірше представлені пропозиції для інвесторів в ІІІ Букачівської ТГ: лише перелічені об'єкти для інвестування без пропозицій, деталізації та проектів (Рис.12).



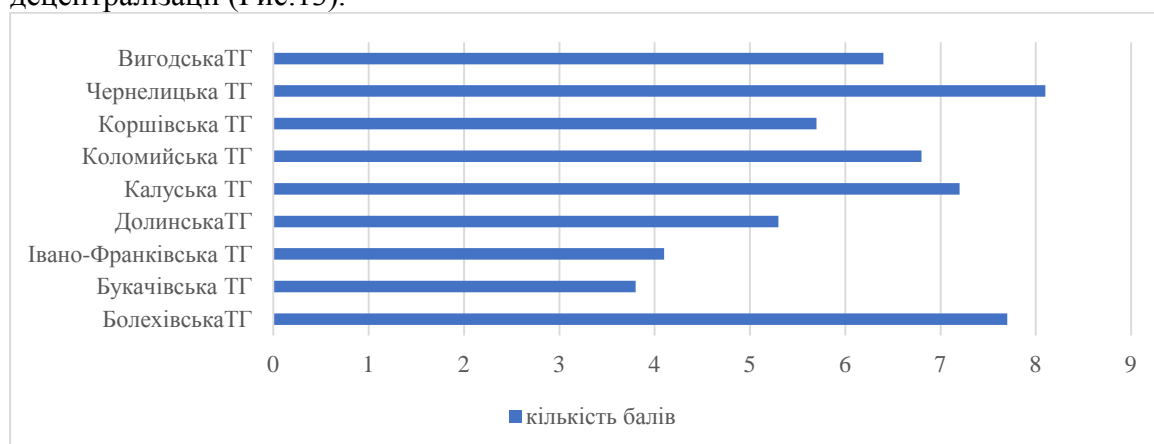
Джерело: складено автором за результатами дослідження.

Рис.12. Опис пропозицій для інвестора.

Fig.12. Description of proposals for the investor.

Висновки. Підсумкова загальна оцінка якості інвестиційних паспортів громад Івано-Франківської області виявилась невисокою. Середній бал склав 6,12 (за 12 – ти бальною шкалою), тобто якість інвестиційних паспортів громад задовільна. Основні недоліки інвестиційних паспортів, які знизили їх загальну оцінку, полягали у недотриманні структури, відсутності окремих розділів, або в їх недостатній інформативності. Так найбільша кількість паспортів недоотримали бали за відсутність змісту та історії громади. Середній бал, отриманий інвестиційними паспортами за ці розділи склав 0,22 та 0,17 бали з 1-го можливого відповідно. Недостатньо інформативними виявились такі важливі розділи інвестиційного паспорта, як «Ресурсно-сировинний потенціал», «Природно-географічні та кліматичні умови», «Транспортна інфраструктура», «Соціальна інфраструктура» та «Пропозиції для інвестора», що сильно вплинуло на загальну оцінку якості інвестиційних паспортів. Так середній бал, отриманий інвестиційними паспортами громад за розділ «Транспортна інфраструктура» склав 0,61 бал з 1 - го можливого, за розділ «Природно-географічні та кліматичні умови» - 0,57, за розділ «Соціальна інфраструктура» - 0,5 бали, за розділ «Ресурсно-сировинний потенціал» - 0,49 бали, за розділ «Пропозиції для інвестора» - 0,46 бали. Загальну оцінку ІІІ Івано-Франківської ТГ (4,1 бали) суттєво знижувала відсутність об'єктивних даних щодо інвестиційних можливостей громади, оскільки данні інвестиційного паспорта міської ради сформовані станом на 2019 рік і не

відображають сучасний стан громади, яка значно виросла в процесі реформи децентралізації (Рис.13).

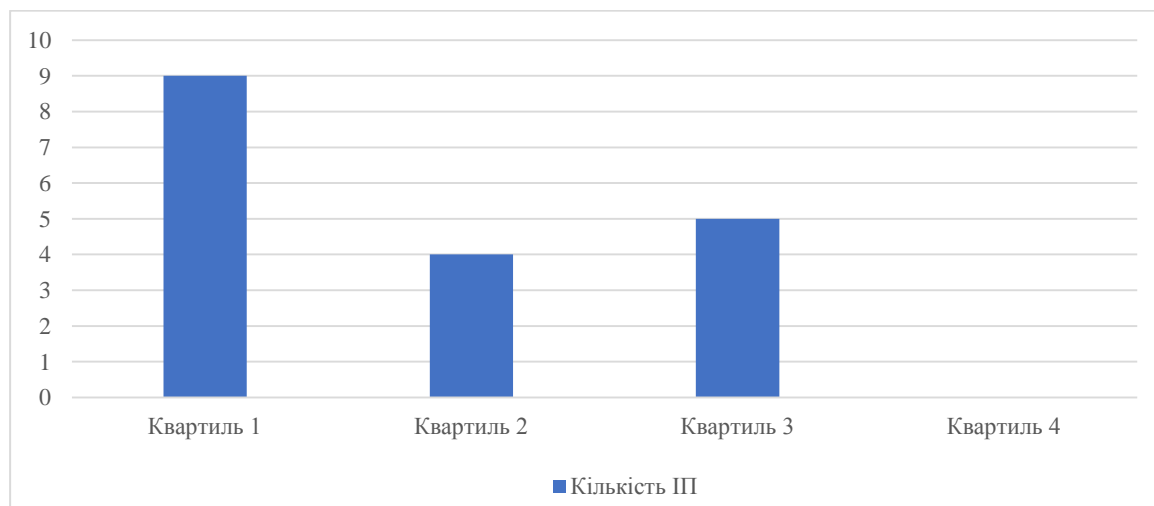


Джерело: складено автором за результатами дослідження.

Рис.13. Загальна оцінка якості інвестиційних паспортів.

Fig.13. Overall evaluation of the quality of investment passports.

Якщо провести оцінку якості представлених інвестиційних паспортів за квантилями, то отримаємо наступну статистику: всі інвестиційні паспорти (100%) оцінені не нижче 3 балів включно (перший квантиль), з них 4 паспорти (44%) отримали вище за 3 і до 6 балів включно (другий квантиль), а паспорти 5 громад (56%) отримали вище за 6 і до 9 балів включно (третій квантиль), і жодна громада не представила інвестиційний паспорт, який би зміг набрати вище за 9 балів і до 12 балів включно (четвертий квантиль).



Джерело: складено автором за результатами дослідження.

Рис.14. Розподіл якості інвестиційних паспортів за квантилями.

Fig.14. Distribution of quality of investment passports by quartiles.

Проведене дослідження свідчить про те, що територіальні громади Прикарпаття недостатньо опікуються маркетингом територій та неповно використовують свій інвестиційний потенціал. Лише 14% громад області мають розроблені та розміщені інвестиційні паспорти на свої сайтах. Підвищення кількості та покращення якості інвестиційних паспортів громад сприятиме в подальшому більшому залученню інвестицій, росту зайнятості та рівня життя населення області.

1. «Рейтинг інвестиційної привабливості регіонів». URL: <http://www.ier.com.ua/files/Projects/2012/%D0%A0%D0%B5%D0%B9%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%20%D1%96%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96%20%D1%80%D0%B5%D0%B3%D1%96%D0%BE%D0%BD%D1%96%D0%B2%202014.pdf> (дата звернення 02.06.2022).
2. Пілько А. Д., Грабовецька Г. Д. Модель оцінки інвестиційного потенціалу регіону. URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.problecon.com%2Fexport_pdf%2Fproblems-of-economy-2017-4_0-pages-219_224.pdf&clen=394113&chunk=true (дата звернення 02.06.2022).
3. Regional Doing Business – 2020: BRDO назвав найкомфортнішу область для ведення бізнесу в Україні. URL: <https://brdo.com.ua/top/regional-doing-business-2020-brdo-nazvav-najkomfortnishu-oblast-dlya-vedennya-biznesu-v-ukrayini/> (дата звернення 02.06.2022).
4. Регіональні новини. URL: <http://www.drs.gov.ua/regionalni-novyny/ivano-frankivska-oblast/misto-ivano-frankivsk-vyznaly-najkrashhym-u-rejtyngu-investytsijnoyi-pryvablyvosti/> (дата звернення 02.06.2022).
5. Івано-Франківськ – найпрозоріше місто для бізнесу в Україні – рейтинг Transparency International. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29544745.html> (дата звернення 02.06.2022).
6. Forbes оновив рейтинг кращих міст для ведення бізнесу в Україні: лідером став Київ. URL: <https://yur-gazeta.com/golovna/forbes-onoviv-reyting-krashchih-mist-dlya-vedennya-biznesu-v-ukrayini-liderom-stav-kiyiv.html> (дата звернення 02.06.2022).
7. Аналітичний звіт «Індекс конкурентоспроможності міст 2021». Частина 2. Профілі міст. Київ: ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій», 2021.
8. Територіальні громади в умовах воєнного стану: як забезпечити ефективне управління в контексті пріоритетів повоєнного розвитку. URL: <https://www.prostir.ua/?news=terytorialni-hromady-v-umovah-vojennoho-stanu-yak-zabezpechty-efektyvne-upravlinnya-v-konteksti-prioritytiv-povojennoho-rozvytku> (дата звернення 02.06.2022).
9. Моделювання ефективної фінансової діяльності органів місцевого самоврядування ОТГ в умовах децентралізації. URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fdecentralization.gov.ua%2Fuploads%2Flibrary%2Ffile%2F568%2F4.pdf&clen=864311&chunk=true>. (дата звернення 02.06.2022).

References

1. "Rating of investment attractiveness of regions". www.ier.com.ua/files/Projects/2012/%D0%A0%D0%B5%D0%B9%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%20%D1%96%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%B1%D0%B%D0%B8%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96%20%D1%80%D0%B5%D0%B3%D1%96%D0%BE%D0%BD%D1%96%D0%B2%202014.pdf. Accessed 02.06.2022.
2. Pilko, A.D., and G.D. Grabovetska. "Model for estimating the investment potential of the region." chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.problecon.com%2Fexport_pdf%2Fproblems-of-economy-2017-4_0-pages-219_224.pdf&clen=394113&chunk=true. Accessed 02.06.2022.
3. "Regional Doing Business – 2020: BRDO named the most comfortable area for doing business in Ukraine." BRDO, brdo.com.ua/top/regional-doing-business-2020-brdo-nazvav-najkomfortnishu-oblast-dlya-vedennya-biznesu-v-ukrayini/. Accessed 02.06.2022.
4. "Regional news." Derzhavna reguliatoryna sluzhba, www.drs.gov.ua/regionalni-novyny/ivano-frankivska-oblast/misto-ivano-frankivsk-vyznaly-najkrashhym-u-rejtyngu-investytsijnoyi-pryvablyvosti/. Accessed 02.06.2022.
5. "Ivano-Frankivsk is the most transparent city for business in Ukraine - rating Transparency International." Radiosvoboda, www.radiosvoboda.org/a/29544745.html. Accessed 02.06.2022.
6. "Forbes has updated the ranking of the best cities for doing business in Ukraine: Kyiv has become the leader." Yurydychna gazeta, yur-gazeta.com/golovna/forbes-onoviv-reyting-krashchih-mist-dlya-vedennya-biznesu-v-ukrayini-liderom-stav-kiyiv.html. Accessed 02.06.2022.
7. *Analytical report "Urban Competitiveness Index 2021". Part 2. Profiles of cities.* Kyiv, NGO "Institute for Economic Research and Policy Consulting", 2021.
8. "Local communities under martial law: how to ensure effective governance in the context of post-war development priorities." Prostir, www.prostir.ua/?news=terytorialni-hromady-v-umovah-vojennoho-stanu-yak-zabezpechty-efektyvne-upravlinnya-v-konteksti-prioritytiv-povojennoho-rozvytku. Accessed 02.06.2022.

9. "Modeling of effective financial activity of OTG local self-government bodies in the conditions of decentralization." <chrome-extension://efaidnbmninnibpcjpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fdecentralization.gov.ua%2Fuploads%2Flibrary%2Ffile%2F568%2F4.pdf&clen=864311&chunk=true> Accessed 02.06.2022.

УДК 338.26

doi: 10.15330/apred.2.18.46-56

Сологуб С.І.

ОЦІНКА СТАНУ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЙ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ОТГ

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра теоретичної і прикладної економіки,
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,
76018, Україна,
тел.: 0990630085,
e-mail: styartsave959@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0003-4802-037X

Анотація. Стаття спрямована на дослідження оцінки стану розробки стратегій соціально-економічного розвитку ОТГ у контексті реалізації реформи децентралізації. Актуалізація необхідності у дослідженні зумовлена, передусім, тим, що серед науковців немає єдиної позиції щодо оцінки розробки стратегій, а більшу увагу зорієнтовано на процес реалізації стратегії, що із урахуванням сучасного стану потребує більш глибокого дослідження. Тому дане дослідження націлено на здійснення оцінки стану розробки стратегій розвитку ТГ на прикладі Калуського району на основі порівняльного та контент-аналізу з метою виявлення реального стану розробки стратегій соціально-економічного розвитку територіальних громад в умовах реалізації реформи децентралізації.

Оцінку стану стратегій громад проведено на прикладі Калуського району Івано-Франківської області, до якого входить 13 територіальних громад із 162 населеними пунктами. У процентному співвідношенні результатів дослідження стану розробки стратегій соціально-економічного розвитку громад Калуського району маємо наступну ситуацію: 54% територіальних громад мають розроблену стратегію, 23 % - стратегії на стадії розробки, та 23% громад ще не має в наявності розробленої стратегії. Якщо визначати причини такої ситуації, то залежність між датою створення ОТГ та станом розробки стратегії не в повній мірі підтримується.

Проведена оцінка стратегій у частині стану розробки була зорієнтована на оцінку сформованості стратегічного бачення та цілей, відповідності нормативним документам, які регламентують розвиток регіону, а також наявності певних особливостей й додаткових інструментів, що сприятимуть успішній реалізації стратегії. Також виявлено, що не у всіх громадах є сформована стратегія як комплексний документ, у якому відображено перспективне бачення соціально-економічного розвитку громади, а тим більше не у всіх можна віднайти передумови, для забезпечення підвищення інвестиційної привабливості об'єднаних територіальних громад, що в сучасних умовах обмеженості ресурсів та викликів є важливим чинником забезпечення існування й сталого розвитку громади на засадах підвищення їх інвестиційної привабливості.

Ключові слова: стратегія, соціально-економічний розвиток, об'єднані територіальні громади, ОТГ, громада, розробка стратегій, децентралізація.

**ASSESSMENT OF THE STATE OF DEVELOPMENT OF STRATEGIES FOR
SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF UTC**

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Theoretical and Applied Economics,
Shevchenko street, 57, Ivano-Frankivsk,
76018, Ukraine,
tel.: 0990630085,
e-mail: styartsave959@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0003-4802-037X

Abstract. The article is aimed at studying the assessment of the state of development of strategies for socio-economic development of UTC in the context of decentralization reform. The actualization of the need for research is primarily due to the fact that among scientists there is no single position on the evaluation of strategy development, and more attention is focused on the process of implementing the strategy, which requires more in-depth research. Therefore, this study aims to assess the state of development of TC development strategies on the example of Kalush district on the basis of comparative and content analysis to identify the real state of development of socio-economic development strategies of local communities in the implementation of decentralization reform.

The assessment of the state of community strategies was carried out on the example of Kalush district of Ivano-Frankivsk region, which includes 13 territorial communities with 162 settlements. As a percentage of the results of the study of the state of development of strategies for socio-economic development of communities of Kalush district we have the following situation: 54% of local communities have developed a strategy, 23% - strategies under development, and 23% of communities do not have a strategy. If we determine the reasons for this situation, the relationship between the date of UTC and the state of strategy development is not fully supported.

The assessment of strategies in terms of the state of development was focused on assessing the formation of strategic vision and goals, compliance with regulations governing the development of the region, as well as the availability of certain features and additional tools to successfully implement the strategy. It was also found that not all communities have a strategy as a comprehensive document, which reflects the long-term vision of socio-economic development of the community, and especially not all can find the prerequisites to increase investment attractiveness of united territorial communities. Given the limited resources and challenges, it is an important factor in ensuring the existence and sustainable development of the community on the basis of increasing their investment attractiveness.

Key words: strategy, socio-economic development, united territorial communities, UTC, community, strategy development, decentralization.

Вступ. Одним із важливих факторів досягнення успішної реалізації реформи децентралізації влади в Україні є забезпечення соціально-економічного розвитку об'єднаної територіальної громади. Вагоме значення у такій ситуації відіграє оцінка стану розробки стратегії соціально-економічного розвитку ОТГ.

За нашим спостереженням, практична діяльність менеджерів і керівників територіальних громад не відзначається ґрунтовним і систематичним проведенням аналітичних процедур щодо оцінки реального стану розробки стратегій соціально-економічного розвитку, що може бути зумовлено такими причинами, як: недосконалість методичної основи аналітичних процедур (тобто недостатній ступінь їх розробки), відсутність чітких, єдиних і регламентованих алгоритмів впровадження методичної основи у практику управлінської ланки громади, відсутність або не достатній рівень знань і навиків проведення таких аналітичних процедур, відсутність

або не достатній рівень збору необхідної інформації та формування відповідного інформаційного забезпечення (що передбачає не тільки саму інформацію, але й відповідні засоби для її збору, накопичення, аналізу та представлення). І цей ряд причин можна продовжувати.

Попри це, вважаємо за необхідне передусім провести оцінку сучасного стану розробки стратегій соціально-економічного розвитку об'єднаної територіальної громад з метою виявлення слабких місць та формування підґрунтям для відповідної методичної основи.

Варто зауважити, що дослідженням розробки й реалізації стратегій соціально-економічного розвитку об'єднаних територіальних громад займалися науковці: Бородіна О.А., Ткачук А.Ф., Берданова О.В., Вакуленко В.М., Васильченко Г.В., Валентюк І.В., Парасюк І.Л. та інші. Застосування системного підходу щодо вивчення процесу розробки й реалізації стратегії на місцевому рівні простежується у великій кількості наукових публікацій. Зокрема, дослідження реалізації, моніторингу і оцінювання стратегії розвитку підприємництва в об'єднаних територіальних громадах проводили Родченко В. Б., Нечипоренко Я. Є. [1, с. 162]. Пеллепешин С. В. провів дослідження щодо розробки стратегії розвитку сільської громади, на прикладі Поторицької сільської ради [2]. Савельєва С. О. також звернула увагу на розробку стратегії розвитку громади [3]. У свою чергу, дослідник К. Лонтка вивчав проектування як базового інструменту розробки й реалізації місцевих стратегій і виокремлював три його рівні із урахування тривалості: до 3 років, до 10 років і до 20 років [4].

Постановка завдання. Як видно із наведеного, серед науковців немає єдиної позиції у складових елементах оцінки розробки стратегій, а більшу увагу зорієнтовано на процес розробки і реалізації стратегії, що із урахуванням сучасного стану потребує більш глибокого дослідження. Тому наше дослідження ми націлимо на здійснення оцінки стану розробки стратегій розвитку територіальних громад на прикладі Калуського району на основі порівняльного та контент-аналізу з метою виявлення реального стану розробки стратегій соціально-економічного розвитку територіальних громад на засадах підвищення інвестиційної привабливості та в умовах реалізації реформи децентралізації.

Результати. У результаті проведених досліджень встановлено, що здійснення практичної діяльності об'єднаних територіальних громад з надання адміністративних послуг на місцевому рівні обумовлює необхідність врахування їх специфічних умов формування при розробці стратегії соціально-економічного розвитку ОТГ, науковим підґрунтям якої є концепція сталого розвитку, яка висуває нові вимоги до її проведення, а також необхідність врахування засад підвищення інвестиційного потенціалу громади.

Така діяльність, яка має бути орієнтована на інвестиції та інновації, необхідно спрямовувати на обґрунтоване визначення як стратегії економічного розвитку ОТГ через подальший розвиток виробництва продукції, робіт, послуг; так і стратегії екологічного розвитку орієнтованої на покращення природоохоронної діяльності та стратегії соціально політики, через підвищення рівня купівельної спроможності населення громади [5, с. 38; 6]. Світові інтеграційні та глобалізаційні процеси вимагають реалізації ідеї сталого розвитку, під яким необхідно розуміти як загальну концепцію щодо важливості забезпечення рівноваги між задоволенням потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в безпечному і здоровому довкіллі [5, с. 38; 7].

З метою отримання інформації про реальний стан розробки стратегій соціально-економічного розвитку ОТГ за умов реалізації реформи децентралізації, вважаємо за необхідне провести передусім оцінку стану стратегій громад на прикладі Калуського

району Івано-Франківської області. Так, Урядом 17.07.2020 р. ухвалено постанову [8], відповідної до якої до Калуського району увійшло 13 територіальних громад із 162 населеними пунктами. Для встановлення реального стану розробки стратегій нами проведено емпіричне дослідження, у результаті якого інформацію систематизовано у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1

**Оцінка стану розробки стратегій розвитку територіальних громад
Калуського району**

Table 1

**Assessment of the state of development of strategies for the development of
territorial communities of Kalush district**

Назва територіальної громади	Дата створення громади	Розроблено стратегію	Стратегія у стадії розробки	Немає стратегії
Болехівська	12 червня 2020 р.		+	
Брошнів-Осадська	30 липня 2017 р.	+		
Верхнянська	20 серпня 2015 р.	+		
Вигодська	2 серпня 2018 р.		+	
Витвицька	6 вересня 2016 р.	+		
Войнилівська	26 вересня 2017р.			+
Долинська	27 грудня 2018 р.	+		
Дубівська	16 травня 2019 р.			+
Калуська	7 серпня 2019 р.	+		
Новицька	9 серпня 2018 р.	+		
Переґінська	12 червня 2020 р.			+
Рожнятівська	12 червня 2020 р.		+	
Спаська	12 вересня 2017р.	+		
Разом у % відношенні до загальної кількості ТГ району	-	54%	23 %	23%

Джерело: складено автором.

Із наведених даних видно, що 7 територіальних громад (Брошнів-Осадська, Верхнянська, Витвицька, Долинська, Калуська, Новицька, Спаська громади) можна відмітити такими, що мають у наявності розроблену стратегію розвитку власних громад. При цьому, у 3 територіальних громадах (Болехівській, Вигодській, Рожнятівській) стратегії перебувають на стадії розробки. Із 13 у 3 територіальних громадах (Войнилівській, Дубівській, Переґінській) ще не має ні проєктів, ні розроблених стратегій розвитку територіальних громад. Така ситуація у цілому засвідчує, що територіальні громади дещо працюють над власними стратегіями розвитку, хоча не всі однозначно. На сучасному етапі такі дії щодо розробки стратегій вважаються життєво необхідним для забезпечення сталого розвитку громад і врахування необхідності підвищення їх інвестиційного потенціалу.

У процентному співвідношенні результатів дослідження стану розробки стратегій соціально-економічного розвитку громад Калуського району маємо наступну ситуацію:

54% територіальних громад мають розроблену стратегію, 23 % - стратегії на стадії розробки, та 23% громад ще не має в наявності розробленої стратегії. Якщо визначати причини такої ситуації, то залежність між датою створення ОТГ та станом розробки стратегії не в повній мірі підтримується. Так, ОТГ, які створені в період з 2015 р. по 2019 р., то із 10 громад не мають розробленої стратегії 2, а перебуває на стадії розробки 1 стратегія (так, Войнилівська громада створена 26 вересня 2017 р. та Дубівська громада – 16 травня 2019 р. і не мають розробленої стратегії). Попри це, із трьох громад, які створені у 2020 р. 2 громади перебувають на стадії розробки стратегій, а 1 не має стратегії, що можна пояснити тим, що ці громади створені не так давно і у період пандемії, що ускладнює забезпечення ефективної роботи громад над розробками власних соціально-економічних стратегій розвитку на засадах підвищення їх інвестиційного потенціалу.

Відмітимо, що нами виокремлено основні етапи формування стратегії соціально-економічного розвитку ОТГ на засадах підвищення інвестиційного потенціалу: організаційний, аналітичний, проєктувальний та імплементаційний. З урахуванням цього, вважаємо за необхідне провести діагностику стану розробки стратегій соціально-економічного розвитку громад Калуського району застосовуючи прийоми порівняльного та контент-аналізу: Брошнів-Осадської селищної територіальної громади, Верхнянської сільської територіальної громади, Витвицької сільської територіальної громади, Долинської міської територіальної громади, Калуської міської територіальної громади, Новицької сільської територіальної громади, Спаської об'єднаної територіальної громади.

Розпочнемо із Брошнів-Осадської селищної територіальної громади. Вивчення розробленої ОТГ стратегії дав змогу встановити, що стратегічна мета цієї громади полягає в місцевому економічному розвитку території та стійкий ріст добробуту населення громади. Пріоритетними напрямками є: місцевий економічний розвиток, комфортний та безпечний життєвий простір, партнерство та співпраця, розвиток громадських інституцій та соціальний діалог [9]. Також виокремлено стратегічні цілі для громади (рис. 1).

Встановлено, що Брошнів-Осадська стратегія розвитку відповідає нормативним документам, які регламентують просторовий і регіональний розвиток Івано-Франківської області таким, як: «Стратегія розвитку Івано-Франківської області на період до 2021-2027 роки» [10], «Комплексна регіональна цільова програма розвитку туризму в області на 2016-2020 роки» [11].

Варто зауважити, що реалізацію стратегії розвитку цієї громади розділено на 3 етапи (2019-2021 рр., 2022-2024 рр., 2025-2028 рр.) із ціллю ідентифікації пріоритетності упровадження проєктів.

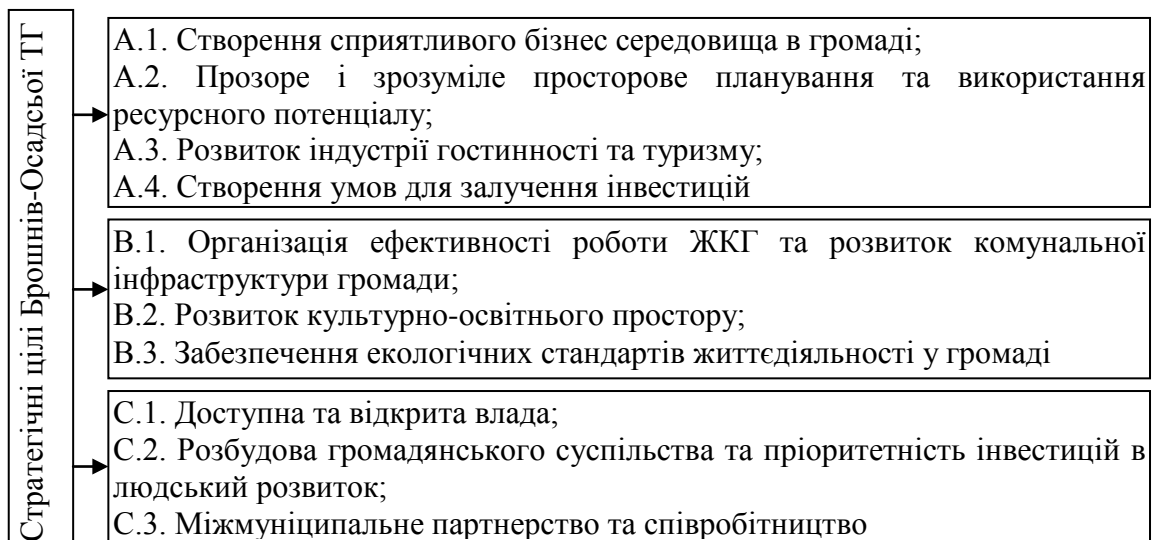


Рис. 1. Стратегічні цілі Брошнів-Осадської ТГ

Fig. 1. Strategic goals of Broshniv-Osadsoi TC

Джерело: складено на основі [9].

Вивчення стратегії розвитку Брошнів-Осадської селищної територіальної громади дало змогу виявити, що виокремлені стратегічні напрями подальшого розвитку зумовлюють потребу в розробці відповідного механізму мобілізації й використання різних видів ресурсів з метою забезпечення реалізації інвестиційного потенціалу громади. При цьому, наявність виокремлених цілей засвідчує про намір місцевої влади здійснювати власну політику на принципах прозорості (транспарентності), публічності й підзвітності [9].

У результаті вивчення Стратегії сталого розвитку Верхнянської об'єднаної територіальної громади на 2017-2027 рр. [12], встановлено, що стратегічним баченням розвитку цієї територіальної громади є формування високодуховної, культурної, із розвиненою інфраструктурою та екологічно чистим навколишнім середовищем громади. У цьому контексті, виокремлено наступні стратегічні цілі громади: розвиток місцевої економіки; покращення якості життя; збільшення суспільного потенціалу та громадської активності мешканців; забезпечення доступу до якісних соціальних і медичних послуг [12].

Слід відмітити, що розроблена стратегія сталого розвитку Верхнянської ОТГ відповідає нормативним документам, які регламентують просторовий та регіональний розвиток Івано-Франківської області.

Здійснивши діагностику вищезазначеної стратегії сталого розвитку громади виявлено, що з метою її реалізації створено систему моніторингу, сформовано деталізований план функціонування, до процесу реалізації стратегії долучено Калуську районну раду й її організаційні структурні підрозділи, Івано-Франківську обласну раду та ОДА, місцеві громадські організації та неурядові організації національного і міжнародного рівня [12].

Вивчення Стратегії розвитку Витвицької об'єднаної територіальної громади на 2019-2027 рр. [13], дало змогу виявити, що стратегічне бачення вказаної громади полягає у наступному: Витвицька ОТГ – європейська культурна територія з дотриманням бойківських традицій, екологічно чистим навколишнім середовищем, сприятливими умовами для родинного фермерства та малого підприємництва, громада, яка дбає про теперішні та майбутні покоління. Також виокремлено такі стратегічні

цілі, як: стійкий розвиток економіки; розвиток туристично-рекреаційної сфери; розвиток сільських територій; розвиток людського капіталу.

Варто зауважити, що план імплементації стратегії має 36 проектних ідей, до котрих розроблено орієнтовний фінансовий план. Крім цього, сформовано постійно діючий Комітет з управління впровадженням стратегічного плану, що вказує на відповідальність органів місцевої влади перед населенням громади [13].

У Стратегії розвитку Долинського субрегіону на період до 2027 р. [14], затвердженої Долинською міською радою сформовано наступні стратегічні напрями:

- економічно розвинена територія з потужним сучасним промисловим комплексом та екологічно чистим сільським господарством;
- територія з розвиненим туристично-оздоровчим комплексом та високим рівнем туристично-оздоровчих послуг;
- територія розвинутої інфраструктури та високого стандарту соціальних послуг.

Сформоване стратегічне бачення розвитку Долинського субрегіону корелює із виокремленими стратегічними напрямками. Відмітимо, що розроблена стратегія відповідає нормативним документам, які регламентують питання просторового та регіонального розвитку Івано-Франківської області. Також варто зауважити, що створено постійно діючий Комітет з управління впровадженням Стратегії та було розроблено План заходів реалізації Стратегії розвитку Долинського субрегіону [14].

Дослідження Стратегії розвитку Калуської міської територіальної громади на 2022-2030 роки дало змогу встановити [15], що головною місією даної громади є створювати можливості для реалізації індустріального потенціалу Калуської громади, забезпечити належний рівень добробуту, самореалізації, безпеки, прав та свобод кожного мешканця. Цінністю громади є людина. У стратегії визначено політики Калуської МТГ, що направляють дії на досягнення стратегічних цілей громади при виконанні конкретних задач (рис. 2).

Ціннісним у розробленій стратегії громади є те, що встановлено зв'язок між виокремленими її стратегічними політиками, програмами та цілями сталого розвитку. Також у межах наведеної стратегії розроблено 14 стратегічних програм, план дій поділено на три етапи (2022-2023рр., 2024-2025 рр., 2026-2030 рр.) та зроблено декомпозицію стратегічних політик на цілі з допомогою розробки дерева цілей стратегія Калуської МТГ 2030 р.

Слід відмітити, що стратегія розвитку Калуської територіальної громади відповідає нормативним документам щодо просторового та регіонального розвитку Івано-Франківської області [15].

Новицька сільська територіальна громада розробила документ «Місія, цілі та бачення Стратегічного розвитку Новицької ОТГ» [16], де визначила, що місією громади є: забезпечення добробуту, доступності та високої якості життя теперішнього і майбутніх поколінь на засадах сталого розвитку. Також визначено такі стратегічні цілі: підвищення економічної спроможності громади; створення сприятливого життєвого простору; підвищення активності жителів громади [16].

Стратегічне бачення громада сформувала наступне: «Новицька сільська об'єднана територіальна громада – спроможна та приваблива громада, із розвинутою інфраструктурою, у якій надаються якісні послуги її мешканцям. Територія сприятлива для ведення малого та середнього бізнесу, розвитку екологічного сільського господарства. Громада затишна та комфортна для проживання і відпочинку. Громада активних та щирих людей, які прагнуть змін».

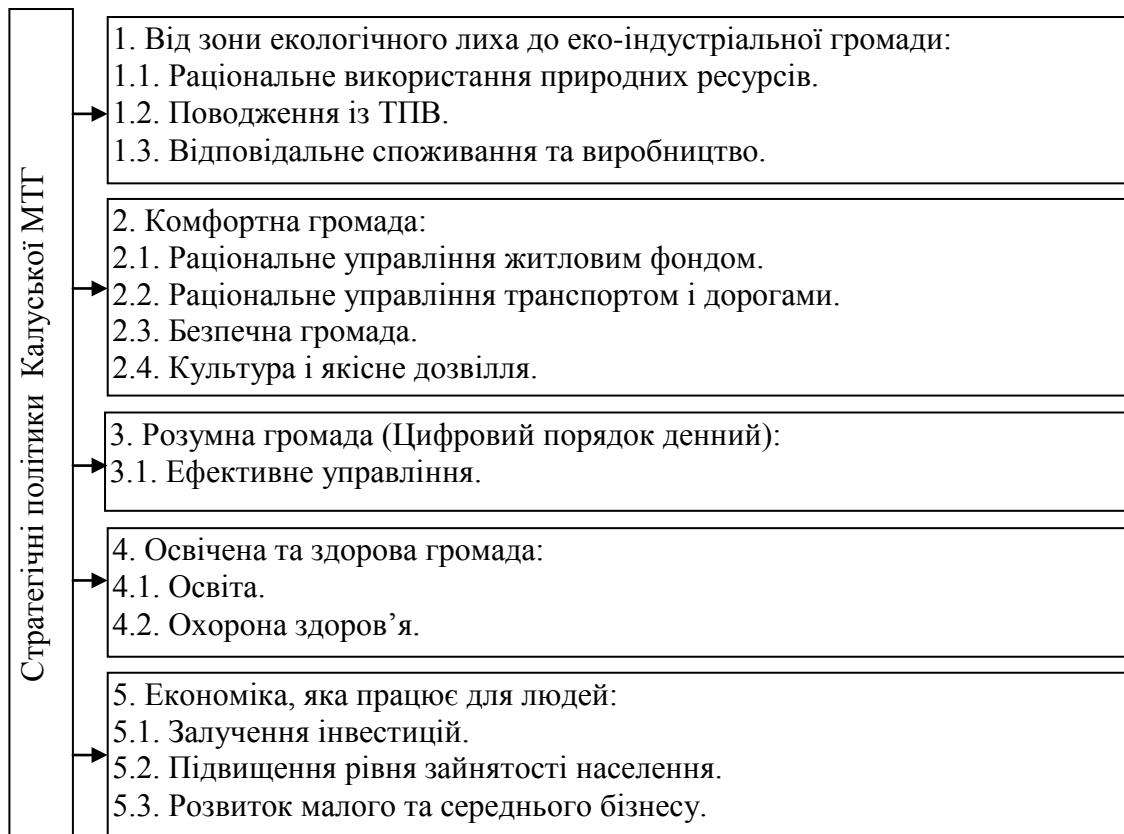


Рис. 2. Стратегічні політики Калуської МТГ

Fig. 2. Strategic policies of Kalush MTC

Джерело: складено на основі [15]

Спаська територіальна громада розробила Стратегічний план розвитку Спаської сільської ради об'єднаної територіальної громади на період 2020-2027 рр. [17], у якому визначила стратегічне бачення власної громади – приваблива для гідного життя та цікавої добре оплачуваної роботи, поєднання зеленого туризму з підприємництвом, сприяння розвитку бізнесу та збереження екології. Виокремлено такі стратегічні цілі громади: економічно спроможна громада; громада з розвинутою інфраструктурою та системою якісних послуг; громада гостинних та активних людей.

Вивчивши вищенаведену стратегію розвитку Спаської сільської ради об'єднаної територіальної громади виявлено, що для її імплементації сформовано систему моніторингу, розроблено план реалізації, складено орієнтовний фінансовий план. Також особливим є те, що розроблено Каталог інвестиційних проектів місцевого розвитку Спаської сільської ради ОТГ [17].

Варто відмітити, що місцеві та державні органи влади є головним рушійним важелем, оскільки вони наділені повноваженнями, які допомагають імплементації стратегій соціально-економічного розвитку громад та успішного досягнення запланованих цілей на засадах підвищення інвестиційного потенціалу ОТГ. Вказані процеси зумовлюють вплив на усі сфери життєдіяльності громади, і з метою їх оптимізації доцільно поглиблювати такого типу аналітичні дослідження [18; 19].

У контексті отриманих результатів можна стверджувати, що розвиток кожної сфери сталого розвитку на рівні окремої ОТГ уможлиблюється через застосування сучасних методик управління, які відповідатимуть за інформаційні запити керівництва

у межах виокремлених завдань. Так, якщо керівництво ОТГ зорієнтоване на навколишнє середовище (зберегти навколишнє природне середовище для майбутніх поколінь, оптимізувати процес використання ресурсів, зменшити шкідливі викиди в атмосферу, здійснити переробку твердих побутових відходів), то у цьому випадку доцільно скористатися еколого-орієнтованим управлінням; якщо керівництво орієнтоване на соціальну сферу (поліпшити добробут, соціальні умови життя населення ОТГ, сприяти задоволенню потреб населення), то доцільно обрати систему управління якістю; а якщо орієнтоване на економічну сферу (забезпечити економічне зростання ОТГ, зростання добробуту громадян, подолання бідності), то доцільно обрати систему вартісно-орієнтованого управління [5; 20].

Висновки. Таким чином, проведена оцінка стратегій у частині стану розробки була зорієнтована на оцінку сформованості стратегічного бачення та цілей, відповідності нормативним документам, які регламентують розвиток регіону, а також наявності певних особливостей й додаткових інструментів (фінансових планів, планів заходів, дерева цілей, дорожніх карт, каталогу інвестиційних проектів та ін.), що сприятимуть успішній реалізації стратегії. Також виявлено, що не у всіх громадах є сформована стратегія як комплексний документ, у якому відображено перспективне бачення соціально-економічного розвитку громади, а тим більше не у всіх можна віднайти передумови, для забезпечення підвищення інвестиційної привабливості об'єднаних територіальних громад, що в сучасних умовах обмеженості ресурсів та викликів, переконані, є важливим чинником забезпечення існування й сталого розвитку громади (розвиток інфраструктури, реалізація різних у тому числі соціальних проектів, підвищення задоволеності умовами проживання населенням громади). На наступних етапах нашого дослідження проведемо оцінку відповідності стратегічних цілей соціально-економічного розвитку територіальних громад із глобальними цілями сталого розвитку.

1. Родченко В. Б., Нечипоренко Я. Є. Реалізація, моніторинг і оцінювання стратегії розвитку підприємництва в об'єднаних територіальних громадах. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 19, ч. 2. С. 162-166.
2. Пеліпшин С. В. Розробка стратегії розвитку сільської громади, на прикладі Поторицької сільської ради. 2020. URL : <http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/33643/1/%d0%9a%d0%a0%d0%9c%20%d0%9f%d0%b5%d0%bb%d0%b8%d0%bf%d0%b8%d1%88%d0%b8%d0%bd%20%d0%a1..pdf>. (дата звернення: 5.05.2022).
3. Савельєва С. О., Касич А. О. Розробка стратегії розвитку громади. 2020. URL : https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/18720/1/DOMIN2021_P128-130.pdf. (дата звернення: 5.05.2022).
4. Лонтка К. Стратегічне планування. Суми / Люблін. Ч. 2. 5.12.2012. SUMYNEWS. URL : <http://www.sumynews.com>.
5. Пилипів Н. І., П'ятничук І. Д., Сологуб С. І. Концепція соціальної відповідальності ОТГ у контексті сталого розвитку. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка*. 2018. С. 36-42.
6. Пилипів Н. І., П'ятничук І. Д., Сологуб С. І. Роль стратегії соціально-економічного розвитку ОТГ в контексті зміни підходів до регіонального розвитку в Україні. *Вісник. Миколаївський національний аграрний університет*. 2021. URL : <http://dSPACE.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10259/1/53-55.pdf> (дата звернення: 5.05.2022)..
7. Пилипів Н. І., П'ятничук І. Д., Сологуб С. І. Класифікація стратегій соціально-економічного розвитку об'єднаних територіальних громад. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*. 2020. Vol. 7, №. 3. Pp. 27-35. URL : <http://journals.pnu.edu.ua> (дата звернення: 5.05.2022)..
8. Про утворення та ліквідацію районів : Постанова Верховної Ради України від 17.07.2020 р. № 807-IX. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/807-20#Text>.
9. Стратегія розвитку Брошнів-Осадської об'єднаної територіальної громади Івано-Франківської області на період до 2028 року. URL : <https://broshniv.info/wp-content/uploads/dodatok-do-rishennya-347-142018.pdf>. (дата звернення: 5.05.2022).

10. Стратегія розвитку Івано-Франківської області на період до 2021-2027 роки. URL : <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/ivano-frankivska-strategiya-rozvytku-ivano-frankivskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky.pdf> (дата звернення: 5.05.2022)..
11. 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> (дата звернення: 5.05.2022)..
12. Стратегія сталого розвитку Верхнянської об'єднаної територіальної громади на роки 2017-2027. URL : [3f7d2da06861b843d46de48c656e9b09.pdf](https://dosvit.org.ua/wp-content/uploads/2020/04/3f7d2da06861b843d46de48c656e9b09.pdf) (dosvit.org.ua) (дата звернення: 5.05.2022)..
13. Стратегія розвитку Витвицької об'єднаної територіальної громади Івано-Франківської області на період до 2028 року. URL : <https://vytvyska-gromada.gov.ua/news/1617188719/> (дата звернення: 5.05.2022)..
14. Стратегія розвитку Долинської об'єднаної територіальної громади Івано-Франківської області на період до 2028 року. URL : <http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/Dolyna-Subregion-Development-Strategy.pdf> (дата звернення: 5.05.2022)..
15. Стратегія розвитку Калуської об'єднаної територіальної громади Івано-Франківської області на період до 2028 року. URL : <https://kalushcity.gov.ua/news/strategiyi-rozvitku-kaluskoj-miskoj-teritorialnoy-gromadi-na-2022-2030-roki> (дата звернення: 5.05.2022)..
16. Стратегія розвитку Новицької об'єднаної територіальної громади Івано-Франківської області на період до 2028 року. URL : <https://novotg.gov.ua/news/1591264300/> (дата звернення: 5.05.2022)..
17. Стратегічний план розвитку Спаської об'єднаної територіальної громади на період 2020-2027 рр. URL : <http://spaska.gromada.org.ua/news/1576229834/> (дата звернення: 5.05.2022)..
18. Сітнікова Н. П. Досвід стратегічного планування сталого розвитку у країнах Європейського союзу. 2012. URL : http://www.economy.in.ua/pdf/11_2012/5.pdf (дата звернення: 5.05.2022)..
19. Берданова О., Вакуленко В. Стратегічне планування місцевого розвитку : практичний посібник /Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні – DESPRO». К. : ТОВ «Софія-А». 2012. 88 с.
20. Торкатюк В.І. Сталий розвиток територій : Основні науково-теоретичні підходи до визначення та сутність поняття. *Бізнес-інформ*. 2009. № 4. С. 127-130.

References

1. Rodchenko, V.B., and Y.E. “Nechiporenko mplementation, monitoring and evaluation of business development strategy in the united territorial communities.” *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University*, no. 19, 2018, pp. 162-166.
2. Pelepyshyn, S.V. “Development of rural community development strategy, on the example of Potorytsia village council.” 2020. Repository of Ternopil National Technical University named after Ivan Pulyuy, elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/33643/1/%d0%9a%d0%a0%d0%9c%20%d0%9f%d0%b5%d0%bb%d0%b8%d0%bf%d0%b8%d1%88%d0%b8%d0%bd%20%d0%a1..pdf. Accessed 5 May 2022
3. Savelieva, S.O., and A.A. Kasich. “Development of community development strategy. 2020.” Electronic Repository Kyiv National University of Technologies and Design, er.knugd.edu.ua/bitstream/123456789/18720/1/DOMIN2021_P128-130.pdf.
4. Lontka, K. *Strategic planning*. Sumy, Lublin. 2012. SUMYNEWS, www.sumynews.com. Accessed 5 May 2022
5. Pylypiv, N.I., Pyatnychu, I.D., and S.I. Sologub. “The concept of social responsibility of OTG in the context of sustainable development.” *Bulletin of the Precarpathian University*, 2018, pp. 36-42.
6. Pylypiv, N.I., Pyatnychuk, I.D., and S.I.Sologub. “The role of the strategy of socio-economic development of OTG in the context of changing approaches to regional development in Ukraine.” *Herald. Mykolayiv National Agrarian University*. 2021, dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10259/1/53-55.pdf. Accessed 5 May 2022
7. Pylypiv, N.I., Pyatnychuk, I.D., and S.I. Sologub. “Classification of strategies for socio-economic development of united territorial communities.” *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*, no. 3, 2020, pp. 27-35, journals.pnu.edu.ua. Accessed 5 May 2022
8. On the formation and liquidation of districts: Resolution of the Verkhovna Rada of Ukraine of 17.07.2020 № 807-IX. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/807-20#Text. Accessed 5 May 2022
9. “Strategy of development of Broshniv-Osadska united territorial community of Ivano-Frankivsk region for the period till 2028.” Official Website of Broshniv-Osad Territorial Community, broshniv.info/wp-content/uploads/dodatok-do-rishennya-347-142018.pdf.
10. “Development strategy of Ivano-Frankivsk region for the period up to 2021-2027.” Minregion, www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/ivano-frankivska-strategiya-rozvytku-ivano-frankivskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky.pdf. Accessed 5 May 2022

11. On approval of the Concept of reforming local self-government and territorial organization of power in Ukraine: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine from 01.04.2014 . № 333. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-p#Text. Accessed 5 May 2022
12. "Strategy of sustainable development of the Verkhnyansk united territorial community for the years 2017-2027." Official Verkhnyanska village united territorial community, 3f7d2da06861b843d46de48c656e9b09.pdf (dosvit.org.ua).
13. "Strategy of development of Vytvytsia united territorial community of Ivano-Frankivsk region for the period up to 2028." Vytvytska-gromada, vytvytska-gromada.gov.ua/news/1617188719/. Accessed 5 May 2022
14. "Strategy of development of Dolyna united territorial community of Ivano-Frankivsk region for the period up to 2028." Official Website of Dolyna City Council, pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/Dolyna-Subregion-Development-Strategy.pdf. Accessed 5 May 2022
15. "Development Strategy of the Kalush United Territorial Community of Ivano-Frankivsk Region until 2028." Official Website of Kalush City Council, kalushcity.gov.ua/news/strategiyi-rozvitku-kaluskoymiskoyi-teritorialnoyi-gromadi-na-2022-2030-roki. Accessed 5 May 2022
16. "Strategy for the development of the Novytsia united territorial community of Ivano-Frankivsk region for the period up to 2028." Official Site Novice Territorial Community, novotg.gov.ua/news/1591264300/. Accessed 5 May 2022
17. "Strategic plan for the development of the Savior united territorial community for the period 2020-2027." Назва платформи де є ресурс, spaska.gromada.org.ua/news/1576229834/. Accessed 5 May 2022
18. Sitnikova, N.P. "Experience of strategic planning of sustainable development in the European Union." 2012. *Economy and state*, www.economy.in.ua/pdf/11_2012/5.pdf. Accessed 5 May 2022
19. Berdanova, O., and V.Vakulenko. *Strategic planning of local development: a practical guide*. Swiss-Ukrainian project «Support to decentralization in Ukraine – DESPRO», 2012.
20. Torkatyuk, V.I. "Sustainable development of territories: Basic scientific and theoretical approaches to the definition and essence of the concept." *Business inform*, no. 4, 2009, pp. 127-130.

УДК 330.341.1:336.22

doi: 10.15330/apred.2.18.56-64

Сус Т.Й.

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ РЕГІОНУ

Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра фінансів,
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,
76018, Україна,
тел.: 0342752351,
e-mail: taras.vik@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0003-0374-3849

Анотація. Розглянуто сучасні підходи до оцінки ефективності фінансування інноваційного розвитку. Зазначено, що в сучасній світовій практиці спостерігається використання широкого спектру показників, які оцінюють рівень інноваційного розвитку та вплив на нього різноманітних факторів. Сучасна інноваційна політика та її фінансування формується під дією неоднорідності інноваційного потенціалу, необхідності диференційованого підходу до кожного регіону, певних територіальних утворень всередині регіону, що пов'язано з природно-кліматичними умовами, рельєфом місцевості та спеціалізацією аграрного виробництва.

Запропоновано для аграрного сектору України компромісний підхід диференціації інноваційної та фінансової політики по цілях і інструментах, виходячи зі специфіки кожного регіону. Такий підхід до фінансової підтримки інноваційного розвитку аграрного сектору зумовлює перехід від централізованого розподілу фінансових ресурсів до децентралізації і розвитку конкурсних форм підтримки як зі сторони уряду так і органів місцевого самоврядування.

Зазначено, що в сучасних умовах проблеми оцінки інноваційного потенціалу регіону розглядаються українськими і зарубіжними науковцями, які використовують різноманітні підходи. Найбільш використовувані підходи до оцінки інноваційного потенціалу регіону є ресурсний, структурний, процесний та інтегральний.

Окреслено критерії оцінки ефективності фінансування інноваційного розвитку аграрного сектору регіону. Визначено основні методики кожна з яких використовує певні підходи до формування структури факторів і методів оцінки. Мета дослідження - окреслити підходи до оцінки ефективності фінансового забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору.

Новизною дослідження є формування алгоритму оцінки ефективності фінансового забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору, який базується на регіональній специфіці аграрного сектору.

Методологія дослідження базується на порівняльному методі та методі аналізу і синтезу при розгляді підходів до оцінки ефективності фінансового забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору регіону.

Ключові слова: фінансування, інновації, оцінка, підходи оцінювання, аграрний сектор, інноваційний розвиток.

Sus T.Y.

APPROACHES TO EVALUATION OF EFFICIENCY OF FINANCIAL SUPPORT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL SECTOR OF THE REGION

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of finance,
Shevchenko str., 57, Ivano-Frankivsk,
76018, Ukraine,
tel.: 0342752351,
e-mail: taras.vik@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0003-0374-3849

Abstract. Modern approaches to assessing the effectiveness of financing innovative development are considered. It is noted that in modern world practice there is a use of a wide range of indicators that assess the level of innovation development and the impact of various factors. Modern innovation policy and its financing is formed which is related to natural and climatic conditions, terrain and specialization of agricultural production.

A compromise approach to the differentiation of innovation and financial policy by goals and instruments, based on the specifics of each region, has been proposed for the agricultural sector of Ukraine. This approach to financial support for innovative development of the agricultural sector leads to the transition from centralized distribution of financial resources to decentralization and the development of competitive forms of support from both the government and local governments.

It is noted that in modern conditions the problems of assessing the innovation potential of the region are considered by Ukrainian and foreign scientists who use different approaches. The most used approaches to assessing the innovation potential of the region are resource, structural, process and integrated.

Criteria for assessing the effectiveness of financing the innovative development of the agricultural sector of the region are outlined. The main methods are identified, each of which uses certain approaches to the formation of the structure of factors and evaluation methods. The purpose of

the study is to outline approaches to assessing the effectiveness of financial support for innovative development of the agricultural sector.

The novelty of the study is the formation of an algorithm for assessing the effectiveness of financial support for innovative development of the agricultural sector, which is based on the regional specifics of the agricultural sector.

The research methodology is based on the comparative method and the method of analysis and synthesis when considering approaches to assessing the effectiveness of financial support for innovative development of the agricultural sector of the region.

Key words: financing, innovations, evaluation, evaluation approaches, agricultural sector, innovative development.

Вступ. В сучасних умовах важливим напрямом підвищення конкурентоздатності аграрного сектору є активна інноваційна та інвестиційна сфери діяльності. Впровадження інноваційної моделі розвитку аграрного сектору вимагає створення ефективного механізму фінансового забезпечення, який би дозволив найбільш раціонально використовувати та покращувати існуючий науково-технічний потенціал для здійснення структурних технологічних змін в умовах дефіциту фінансових ресурсів. На даний момент в Україні не сформовано вагомих передумов для переходу аграрного сектору на інноваційну модель розвитку, зважаючи на відставання в темпах науково-технічного прогресу та слабкі конкурентні позиції держави, зокрема через брак фінансових ресурсів. Актуальною є необхідність активізації інноваційної діяльності як найбільш ефективного способу підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору та поступового нарощування експорту продукції аграрного сектору з високою доданою вартістю. Таким чином, питання оцінки ефективності фінансового забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору є надзвичайно актуальним, зважаючи на дефіцит власних фінансових та інвестиційних ресурсів.

Однією з ключових проблем інноваційного розвитку аграрного сектору є недостатність інформації про стан та динаміку інноваційних процесів в регіоні та впливу на них фінансових інструментів. Інформаційний вакуум не дозволяє адекватно оцінювати ефективність інноваційного розвитку з точки зору фінансової політики держави та диференціювати її, виходячи з регіональної специфіки.

Дослідженню різноманітних підходів до оцінки ефективності фінансового забезпечення інноваційного розвитку, пошуку та використанню різноманітних моделей оцінки присвячено багато робіт зарубіжних та вітчизняних науковців: М. Дем'яненка, П. Саблука, М. Маліка, П. Лайка, І. Лукінова, Ю. Лузана, М. Олсона, Д. Свінна та інших.

Розгляду питання фінансового забезпечення інноваційного розвитку присвячені наукові праці Г.О. Андрощука [1], О. М. Колодізієва [2], О.П. Кириленко [3], О. Крисального [4] та інших. Малюта Л.Я. запропонувала свою модель комплексної оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства, за допомогою якої можна визначити інтегральний показник рівня його інноваційного розвитку [5]. Актуальними залишаються питання підходів до розробки моделі оцінки фінансового забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору регіону, які б відповідали сучасним фінансовим можливостям та особливостям його забезпечення.

Постановка завдання. Метою і завданням статті є дослідження та теоретичне обґрунтування науково-методичних підходів щодо оцінки фінансового забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору. Методологічною базою стали порівняльний метод та метод аналізу і синтезу при розгляді підходів до оцінки ефективності фінансового забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору регіону.

Результати. З кінця ХХ століття набули популярності дослідження в пошуках причин, успіхів та невдач при фінансуванні інноваційного розвитку, особливо в розрізі

регіонального інноваційного розвитку та дії фактору нелінійності і нерівномірності одержаного результату.

В сучасній світовій практиці спостерігається використання широкого спектру показників, які оцінюють рівень інноваційного розвитку та вплив на нього різноманітних факторів.

Авторитетні міжнародні організації розробляють власні системи показників, які відображають рівень інноваційного потенціалу країни (регіону). Серед них найбільш затребуваними є:

1. Індекс науково-технічного потенціалу (Всесвітній економічний форум), як складова інтегрального показника оцінки рівня конкурентоздатності економіки країни. Експерти пов'язують сталий економічний розвиток в середньостроковій і довгостроковій перспективі з трьома змінними, які характеризують: макроекономічне середовище, інституційний клімат та розвиток технологій.

2. Рейтинг інноваційних економік агентства Bloomberg. Він розраховується на підставі інформації про інтенсивність досліджень та розробок, виробництво інноваційних послуг та товарів, продуктивність праці, активності патентної діяльності, якість освіти і концентрацію високотехнологічних компаній у країні [6].

3. Система показників оцінки інноваційної діяльності, яка застосовується в ЄС для порівняльного аналізу інноваційної діяльності в країнах Європейського Союзу включає в себе 16 індикаторів, які поділені на 4 групи: людський капітал; генерація нових знань; трансфер і використання технологій; фінансування інновацій та результати інноваційної діяльності. Оцінка інноваційної діяльності по запропонованій методиці дозволяє приймати ефективні рішення зі стимулювання інноваційного розвитку.

4. Оцінка рівня і динаміки розвитку інноваційної економіки здійснюється Організацією економічного співробітництва і розвитку(далі ОЕСР) для розвинутих і окремих країнах, що розвиваються. Система індикаторів ОЕСР включає наступні: питома вага високотехнологічного сектору економіки в продукції обробної промисловості та послугах; Інноваційна активність; обсяг інвестицій в сферу знань (суспільні та приватні); розробка і випуск комунікаційного обладнання, програмних продуктів та послуг; чисельність зайнятих в сфері науки і високих технологій, патентна активність і ін.

Проведені дослідження показали, що навіть в розвинутих країнах світу диференціація інноваційного розвитку аграрного сектору та регіонів в цілому є достатньо значною. Для пояснення цих відмінностей науковцями було висунуто ряд концепцій, зокрема теорії неявного знання, формування кластерів, інноваційних систем, точок росту . Сучасна інноваційна політика та її фінансування формується під дією неоднорідності інноваційного потенціалу, необхідності диференційованого підходу до кожного регіону, певних територіальних утворень всередині регіону, що пов'язано з природно-кліматичними умовами, рельєфом місцевості та спеціалізацією аграрного виробництва.

Це різноманіття умов агровиробництва зумовлює нові вимоги до інформаційного забезпечення та оцінки ефективності фінансування інноваційного розвитку аграрного сектору на регіональному та субрегіональному рівнях. Поряд з цим в Україні спостерігається недостатність статистичних даних про інноваційні процеси в аграрному секторі на регіональному рівні, що не дозволяє якісно їх оцінити та приймати ефективні рішення стосовно їх регулювання та фінансування. Варто зазначити, що в умовах децентралізації та делегування значних повноважень органам місцевого самоврядування, важливим є інформаційне забезпечення про інноваційний розвиток

агропідприємств, що здійснюють свою діяльність на території ОТГ та проведення ефективної інноваційної та фінансової політики.

Інновації та державна політика їх стимулювання визнані пріоритетними чинниками тривалого економічного розвитку в багатьох країнах світу. Однією з ключових тенденцій останніх років є усвідомлення особливо важливої ролі регіонів в стимулюванні інноваційних процесів [7].

Інноваційна активність проявляється в різноманітних формах не тільки в формі нових сортів рослин та порід тварин, технологій, але й в вигляді маркетингових і організаційних інновацій. Внаслідок великого різноманіття видів інноваційної діяльності, що пов'язано зі специфікою як регіону так і аграрного сектору, практично в кожному регіоні має місце інноваційний розвиток направлений на покращення продуктивності сільгоспвиробництва, організації виробництва, маркетингу та логістики. В успішному інноваційному розвитку аграрного сектору регіону ключову роль відіграє інноваційна та фінансова політика, а наукове лідерство серед регіонів відіграє другорядну роль. Це пов'язано з низьким рівнем комерціалізації наукових розробок та більшої схильності до впровадження зарубіжних інновацій, зокрема агрохолдингами.

Таким чином, однакова по обсягах і формах підтримка всіх регіонів, а також пріоритетна підтримка найбільш сильних по інноваційному потенціалу регіонів з достатньо високим науковим потенціалом не може вважатися оптимальним рішенням. На наш погляд, компромісним є диференціація інноваційної та фінансової політики по цілях і інструментах, виходячи зі специфіки кожного регіону. Такий підхід до фінансової підтримки інноваційного розвитку аграрного сектору зумовлює перехід від централізованого розподілу фінансових ресурсів до децентралізації і розвитку конкурсних форм підтримки як зі сторони уряду так і органів місцевого самоврядування.

Досвід країн Європейського Союзу показав ефективність фінансування за якого на національному рівні формується та фінансується науково-технічна, аграрна та промислова політика, а регіональні органи влади фокусують свою увагу на підтримці малого та середнього інноваційного підприємництва, впровадженні фермерськими господарствами інновацій і розвитку інноваційної інфраструктури в регіоні. Необхідність такого підходу до фінансування інноваційного розвитку зумовлена потребою концентрації обмежених фінансових ресурсів на найбільш важливих напрямках (які не завжди представлені у всіх регіонах, наприклад інновації в сфері зрошення).

При фінансуванні інноваційного розвитку аграрного сектору завжди постає проблема оцінки ефективності витрат. Першочергово виникає питання результативності та оптимальності обсягів фінансування науки (особливо в кризові періоди). При оцінці слід пам'ятати, що фінансування досліджень і розробок автоматично не призводить до трансформації знань в інновації і відповідно отримання економічного росту, як це передбачено так званою лінійною моделлю інноваційних процесів. На практиці навіть в інноваційно розвинутих країнах спостерігається певний лаг між винаходом і перетворенням його в інноваційний продукт.

При формуванні критеріїв оцінки ефективності фінансування інноваційного розвитку аграрного сектору регіону потрібно враховувати:

- наявність попиту та фінансових можливостей для впровадження інновацій серед підприємницьких структур аграрного сектору;
- об'єктивну можливість впроваджувати інноваційні технології, виходячи з наявної матеріально-технічної бази, кваліфікації працівників, екологічних вимог, національних стандартів та розвинутих інжинірингових послуг;

- інфраструктуру та можливості для дифузії та тиражування інноваційної продукції (в тому числі розвиток дорадчих служб, проведення виставок, конференцій, днів поля, функціонування інформаційного порталу в Інтернеті).

Всі підходи до оцінки впливу фінансового забезпечення на інноваційний розвиток можна умовно поділити на кількісні та якісні. Основною відмінністю якісного оцінювання є невикористання або обмежене використання статистичних методів при ранжуванні або типологізації регіонів стосовно інноваційного розвитку в цілому по всіх сферах діяльності. Прикладом якісної оцінки можуть служити дослідження інноваційного розвитку регіонів Європейського Союзу. В звіті Європейської комісії стосовно оцінки ступеня залучення регіонів до європейського дослідницького простору проведено наступну типологізацію:

- лідируючі в сфері досліджень, розробок і інновацій регіони;
- регіони доганяючого розвитку;
- регіони новачки [8].

Якісні підходи виправдовують себе в умовах відсутності статистичних даних, проте аналіз досліджень по оцінюванню інноваційного розвитку регіонів свідчить про зростання популярності та затребуваності кількісного підходу оцінювання, як більш точного та репрезентативного. Кількісні підходи направлені на підбір несуперечливих, надійних і валідних показників для кількісної оцінки інноваційних процесів в регіоні та можливості їх інтеграції. Саме кількісні показники дозволяють формувати та коректувати інноваційну політику на регіональному рівні та фінансово забезпечувати її реалізацію.

Аналіз зарубіжних досліджень по оцінці інноваційного розвитку регіонів показав, що методика кількісної оцінки використовує дані Євростату (для країн ЄС), в США це дані Бюро статистики зайнятості США, дані офісу патентів та торгових марок США. В переважній більшості оцінок використовуються статистичні методи, зокрема факторний та кластерний аналізи при середній кількості аналізованих показників 7-10. Для всіх досліджень по кількісному оцінюванню характерно широке трактування інновацій та визнання різноманіття факторів, які на них впливають. Такий підхід до оцінювання обумовив неможливість використання одного або декількох впливових факторів (наприклад питома вага витрат на дослідження і розробки в валовому регіональному продукті або питома вага сільськогосподарських угідь які обробляються за новими технологіями, кількість виданих патентів та охоронних документів на душу населення).

Ознайомлення з дослідженнями провідних зарубіжних науковців показують, що всі вони базуються на включенні в аналіз значної кількості показників, в тому числі і опосередкованих, які характеризують освітній рівень працівників, кількість інноваційних підприємств. Достатньо дискусійним є дослідження Р. Флориди, який для оцінки інноваційного розвитку регіонів використовує лише п'ять показників, зокрема автор показник кількості патентів на душу населення називає індексом інновацій [9]. Безумовно не потрібно абсолютизувати цей показник тому, що не всі інновації можуть бути запатентовані, крім цього не всі інновації патентуються. Наступним аргументом є те, що не всі патенти комерціалізуються і стають інноваціями та патентна активність не завжди має пряму залежність з результативністю інноваційної діяльності. Для більш повної оцінки створюються комплексні системи оцінки інновацій, які включають достатньо велику кількість показників, які безпосередньо мають відношення до інновацій так і показники, що мають опосередкований вплив. Флорида Р. акцентує увагу на креативності, яка потребує спеціальних умов для її формування та реалізації. Автор обґрунтовує необхідність наступних змін в соціальному середовищі, які сприяють креативності: розвиток венчурного капіталу; розповсюдження аутсорсінгу;

тісна співпраця між малими і великими фірмами, університетами та урядом; висока мобільність населення; розвинута міська мережа [9].

Слід зазначити, що при даному підході креативність стає дедалі ближчою до поняття інноваційна активність. В них багато спільних індикаторів які використовуються в оцінці.

Серед недоліків використання статистичних даних для оцінки інноваційного розвитку регіону слід віднести: неможливість або складність внесення змін в форму статистичного спостереження, виходячи з мети конкретного дослідження; агрегований характер статистичних даних; проблеми охоплення статистичним спостереженням інноваційних фірм, надійності і об'єктивності одержаної інформації. Слід зазначити, що недостатність уваги статистиці науково-технічного потенціалу, інноваційній активності фірм, фермерських господарств знижує ефективність прийняття управлінських рішень по підтримці і фінансуванню інноваційного розвитку регіону і аграрного сектору зокрема.

Перевагою зарубіжних досліджень інноваційного розвитку регіонів є те, що вони ставлять собі за мету не тільки інформаційний аспект, скільки наголос робиться на аналітичних дослідженнях та пропозиціях покращення для всіх учасників інноваційного процесу.

Наприклад в рамках дослідження Regional Innovation Scoreboard (2018) не тільки здійснювались порівняння європейських регіонів по показниках інноваційного розвитку, але також проводилась оцінка ефективності використання фінансових ресурсів ЄС, направлених на розвиток інновацій в регіонах(аналізується Структурний фонд і Рамкова програма). Для цього програма Структурного фонду аналізувалась в розрізі напрямів на які виділялися кошти і відповідно по них розраховувались наступні показники:

1. обсяг одержаної регіоном субсидії з бюджету ЄС;
2. відношення загальної вартості проекту до обсягу одержаної субсидії з бюджету ЄС;
3. кількість учасників проекту, що фінансується з приватного сектору в розрахунку на 1000 жителів регіону;
4. питома вага малих і середніх підприємств в числі учасників фінансування з приватного сектору [10].

В процесі дослідження автори використали кластерний аналіз для типологізації регіонів по ефективності використання коштів Структурного фонду. Кластерний аналіз дозволив виділити чотири типи європейських регіонів по рівню та ефективності використання коштів фонду.

Переорієнтація вітчизняної економіки на ринки країн Європейського Союзу вимагає реформування аграрного сектору, перехід його на інноваційну модель розвитку та ефективного використання економічного, природно-ресурсного потенціалу кожного регіону, ключову роль в якому відіграє інноваційний потенціал. Визначальною складовою в цьому випадку, на нашу думку, повинен стати випереджувальний розвиток переробної галузі з її орієнтацією на стратегію інноваційно-інвестиційного розвитку. Це в свою чергу зумовлює необхідність впровадження системи державного стимулювання інноваційного розвитку аграрного сектору всіх регіонів, особливо депресивних.

Першочерговим завданням процесу оздоровлення економіки Карпатського регіону і розвитку його економічного потенціалу є розробка методологічних принципів оцінювання ефективності фінансування інноваційних процесів та визначення напрямів пріоритетного розвитку аграрного сектору кожної області яка входить в регіон.

В сучасних умовах проблеми оцінки інноваційного потенціалу регіону розглядаються українськими і зарубіжними науковцями, які використовують різноманітні підходи. Найбільш використовувані підходи до оцінки інноваційного потенціалу регіону є ресурсний, структурний, процесний та інтегральний.

Існує декілька методик кожна з яких використовує певні підходи до формування структури факторів і методів оцінки. Найбільш характерними є підходи які базуються на оцінці по чотирьох тематичних блоках:

1. Умови інноваційної діяльності регіонів / результати інноваційної діяльності;
2. Науково-технічний потенціал регіону;
3. Інноваційна діяльність агропідприємств;
4. Якість інноваційної політики в регіоні.

В рамках існуючих підходів можна виділити три групи методів, які в основному використовуються для визначення умов і факторів та мають суттєвий вплив на інноваційний розвиток регіону: економіко-математичні методи, факторний і кластерний аналіз та методи експертних оцінок.

Висновки. Для виявлення перспективних напрямків інноваційного розвитку аграрного сектору Карпатського макрорегіону, активізації взаємодії державних органів та бізнесу в сфері фінансового забезпечення інноваційних процесів, необхідно використовувати комбінацію підходів в залежності від можливостей одержання потрібної інформації для аналізу та оцінки впливу.

1. Андрощук Г.О. Економічний механізм стимулювання інновацій. *Проблеми науки*. 2000. №1. С.24-30.
2. Колодизев О. М. Методологічні засади фінансового забезпечення управління інноваційним розвитком економіки: монографія Х. : ВД ІНЖЕК, 2009. 278 с.
3. Кириленко О. П. Фінанси : навч. посіб. Тернопіль : Економічна думка, 1998. 163 с
4. Крисальний О.В. Організаційно-економічні особливості інноваційної діяльності. *Економіка АПК*.2005.№8. С.10-13.
5. Малюта Л. Я. Оцінювання рівня інноваційного розвитку промислового підприємства. *Соціально-економічні проблеми і держава*, 2011. Вип. 1 (4). URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11mlyrpp.pdf> (дата звернення 20.03.2021).
6. Україна опустилася в рейтингу інноваційних економік -Bloomberg.URL :https://www.epravda.com.ua/news/2020/01/20/655999/?utm_source=traqli&utm_medium=email&utm_campaign=357&tqid=laLhbHF8XEoBkxci80qdn28mFGDwZxCliiR3Zwfs (дата звернення 20.04.2021).
7. OECD(2012) Draft synthesis report on innovation driven growth in regions: The role of smart specialization. URL https://community.oecd.org/servlet/JiveServlet/download/20683.37253/Final_Draft_SmSp_OECD_EC291112.pdf (дата звернення 20.03.2021).
8. PWC Consulting/Tsangaris Consult(2002) Involving regions in the European research area. Tuning the territorial conditions to optimize knowledge creation and transfer in Europe. Final report to the European Commission.URL.: ftp://ftp.cordis.lu/pub/era/docs/era_reg_pcw_0102.pdf (дата звернення 20.03.2021).
9. Флорида Р. Креативный класс: люди которые меняют будущее. М.: Издательский дом «Классика XXI». 320 с.
10. European Innovation Scoreboard 2018 report: URL.: <https://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures /scoreboards en> (дата звернення 20.03.2021)

References

1. Androshchuk, H.O. "Economic mechanism for stimulating innovation." *Problems of science*, vol. 1, 2000, pp. 24-30.
2. Kolodizjev, O. M. *Methodological principles of financial support for management of innovative development of the economy: monograph*. Kharkiv, VD INZhEK, 2009.
3. Kyrylenko, O. P. *Finances*. Ternopil, Ekonomichna dumka, 1999.
4. Krysalnyi, O.V. "Organizational and economic features of innovation activity." *Ekonomika APK*, vol. 8, 2005, pp.10-13.

5. Malyuta, L. Ya. "Assessing the level of innovative development of an industrial enterprise." *Socialno-ekonomichni problemi i derzhava*, vol.1, 2011, sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11mlyrpp.pdf. Accessed 20 Apr.2022.
6. "Ukrayina opustilasya v rejtingu innovacijnih ekonomik." Epravda www.epravda.com.ua/news/2020/01/20/655999/?utm_source=traqli&utm_medium=email&utm_campaign=357&tid=laLhbHF8XEoBkxci80qdn28mFGDwZxCliiR3Zwfs. Accessed 20 Apr.2022.
7. OECD. *Draft synthesis report on innovation driven growth in regions: The role of smart specialization*. 2012, community.oecd.org/servlet/JiveServlet/download/20683.37253/Final_Draft_SmSp_OECD_EC291112.pdf. Accessed 20 Apr.2022.
8. PWC Consulting/Tsangaris Consult. *Involving regions in the European research area. Tuning the territorial conditions to optimize knowledge creation and transfer in Europe. Final report to the European Commission*, 2002). [cordis, ftp://ftp.cordis.lu/pub/era/docs/era_reg_pcw_0102.pdf](http://cordis.europa.eu/ftp://ftp.cordis.lu/pub/era/docs/era_reg_pcw_0102.pdf). Accessed 20 Apr.2022.
9. Florida, R () *Kreativnyj klass: lyudi kotorye menyayut budushee* [Creative class: people who change the future]. Moscow: izdatelskij dom «Klassika XXI»,1999.
10. *European Innovation Scoreboard 2018 report*, ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards_en. Accessed 20 Apr.2022.

УДК 332.025

doi: 10.15330/apred.2.18.64-73

Щур Р.І.¹, Плець І.І.², Мацьків В.В.³, Білошкурська Н.В.⁴

**ЗАСТОСУВАННЯ ДОСВІДУ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН ЩОДО ЗДІЙСНЕННЯ
ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ ЗА ДІЯЛЬНІСТЮ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД
В УКРАЇНІ**

¹Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра фінансів,
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,
76018, Україна,
тел.: 0342752351,
e-mail: roman.shchur@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-9945-3939

²Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра фінансів,
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,
76018, Україна,
тел.: 0342752351,
e-mail: ivan.plets@pnu.edu.ua
ORCID ID: 0000-0002-9649-6770

³Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра фінансів,
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,
76018, Україна,

тел.: 0342752351,
e-mail: volodymyr.matskiv@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0003-3031-7060

⁴Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини,
Міністерство освіти і науки України,
кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом,
вул. Садова, 2, м. Умань, Черкаська область,
20300, Україна,
тел.: +380681656588,
e-mail: biloshkurska.n@udpu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-7617-7836

Анотація. В результаті дослідження встановлено можливості практичного застосування досвіду країн ЄС в частині модернізації фінансового контролю, що на відміну від наявних підходів, передбачає здійснення фінансового контролю в процесі реалізації цільових програм об'єднаних територіальних громад в Україні за трьома напрямками: 1) фінансовий контроль під час формування та коригування цільових програм об'єднаної територіальної громади (передбачає аналіз необхідності реалізації програми, перевірка відповідності та обсягів фінансового забезпечення, аналіз достатності ресурсів, аналіз динаміки індикаторів цільових програм); 2) фінансовий контроль за витратами програмного бюджету під час реалізації та фінансування цільових програм територіальних громад (включає перевірку обґрунтованості фінансових витрат, аналіз виконання основних заходів програми, перевірка даних звіту про виконання програми); 3) фінансовий контроль результатів реалізації цільових програм об'єднаних територіальних громад (охоплює зіставлення фактичних показників витрат виконання програми з плановими, аналіз ступеню досягнення цілей програми, аналіз динаміки результативних показників фінансового забезпечення цільової програми).

Метою статті є можливості застосування досвіду європейських країн щодо здійснення фінансового контролю за діяльністю територіальних громад в Україні в умовах проведення адміністративно-територіальної реформи. Досягнення мети забезпечується використанням таких методів, як аналіз і синтез, індукції та дедукції, узагальнення та наукова абстракція.

Також, встановлено про необхідність висвітлення і розповсюдження передового управлінського досвіду, формування відповідного інформаційного простору та застосування сучасних інформаційних систем і технологій для забезпечення можливостей моніторингу, обробки даних, аналізу ситуацій, тощо. Це дозволило б скоротити управлінські витрати територіальних громад, пришвидшити відслідковування та реагування на екзо- і ендогенні чинники впливу, підвищити якість управлінського процесу, посилити зв'язок керівних структур з громадою та вплив членів громади на управлінський процес.

Ключові слова: територіальна громада, фінансовий контроль, фінансові ресурси, Рахункова палата, Державна аудиторська служба України.

Shchur R.I.¹, Plets I.I.², Matskiv V.V.³, Biloshkurska N.V.⁴

APPLICATION OF THE EXPERIENCE OF EUROPEAN COUNTRIES IN THE IMPLEMENTATION OF FINANCIAL CONTROL OVER THE ACTIVITIES OF TERRITORIAL COMMUNITIES IN UKRAINE

¹Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of finance,
Shevchenko str., 57, Ivano-Frankivsk,
76018, Ukraine,
tel.: 0342752391,

e-mail: roman.shchur@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-9945-3939

²Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of finance,
Shevchenko str., 57, Ivano-Frankivsk,
76018, Ukraine,
tel.: 0342752391,
e-mail: ivan.plets@pnu.edu.ua
ORCID ID: 0000-0002-9649-6770

³Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of finance,
Shevchenko str., 57, Ivano-Frankivsk,
76018, Ukraine,
tel.: 0342752391,
e-mail: volodymyr.matskiv@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0003-3031-7060

⁴Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Marketing, Management and Business
Management,
Sadova str., 2, Uman, Cherkasy region,
20300, Ukraine,
tel.: +380681656588,
e-mail: biloshkurska.n@udpu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-7617-7836

Abstract. Possibilities of practical application of the experience of EU countries in the modernization of financial control are identified. In contrast to existing approaches, it involves financial control in the implementation of targeted programs of united territorial communities in Ukraine in three areas: financial control during the formation and adjustment of target programs of the united territorial community (provides analysis of the need to implement the program, verification of compliance and volume of financial support, analysis of resource adequacy, analysis of the dynamics of indicators of target programs); 2) financial control over the expenditures of the program budget during the implementation and financing of targeted programs of territorial communities (includes verification of the validity of financial expenditures, analysis of the implementation of the main measures of the program, verification of the report on the program); 3) financial control of the results of the implementation of target programs of the united territorial communities (covers the comparison of actual indicators of program implementation costs with planned, analysis of the degree of achievement of program goals, analysis of the dynamics of financial indicators of the target program). The purpose of the article is to apply the experience of European countries in the implementation of financial control over the activities of territorial communities in Ukraine in the context of administrative and territorial reform. Achieving the goal is ensured by using methods such as analysis and synthesis, induction and deduction, generalization and scientific abstraction. The need to highlight and disseminate the best management practices, the formation of appropriate information space and the use of modern information systems and technologies to provide opportunities for monitoring, data processing, situation analysis is established. This would allow to reduce the management costs of local communities, accelerate the monitoring and response to exogenous and endogenous factors, improve the quality of the management process, strengthen the relationship of governing bodies with the community and the influence of community members on the management process.

Keywords: territorial community, financial control, financial resources, Accounting Chamber, State Audit Office of Ukraine.

Вступ. В розвинених європейських країнах фінансовий контроль за діяльністю муніципальних органів є однією з найважливіших складових управління місцевими фінансами. Хоча системи такого контролю різняться залежно від форм державного устрою, ступеня розвитку і особливостей правових систем, національної специфіки структурування фінансових та контролюючих підрозділів, сформованої під впливом історичних, ментальних і культурних особливостей.

Як і в Україні, у переважній більшості країн ЄС комбінуються внутрішній та зовнішній фінансовий контроль за діяльністю органів місцевого самоврядування. При цьому завдання зовнішнього контролю покладається на як правило Рахункові палати, або Державні аудиторські чи контрольно-ревізійні служби, інші їхні аналоги.

Даній проблематиці дослідження присвячені праці вітчизняних вчених, а саме: Завистовська Г. І. [1], Черніков Д., Кузьо М. [2], Стефанюк І. Б. [3], Миргородська Л. О. [4], Мельник В.М. [9] та інші. Проте, залишається досить актуальним дослідження та можливості імплементації кращих практик здійснення фінансового контролю за діяльністю територіальних громад країн Європейського союзу в Україні.

Постановка завдання. Метою статті є можливості застосування досвіду європейських країн щодо здійснення фінансового контролю за діяльністю територіальних громад в Україні в умовах проведення адміністративно-територіальної реформи. Досягнення мети забезпечується використанням таких методів, як аналіз і синтез, індукції та дедукції, узагальнення та наукова абстракція.

Результати. Фінансовий контроль справедливо вважають пріоритетною та надважливою складовою фінансового менеджменту. У застосуванні до діяльності органів самоврядування територіальних громад в Україні він повинен передбачати комплексну та цілеспрямовану систему економічних і правових заходів щодо забезпечення законності та підвищення ефективності їхніх дій з формування, розподілу та використання фондів фінансових ресурсів. При цьому головними завданнями такого контролю є:

- запобігання неефективному використанню фінансових ресурсів громади;
- запобігання рішенням, що можуть містити ознаки фінансових порушень або спричинювати їх чи створювати умови для вчинення;
- виявлення вчинених фінансових порушень;
- розробка заходів з підвищення ефективності використання фінансових ресурсів громади;
- вжиття заходів, спрямованих на припинення фінансових порушень та притягнення до відповідальності винних осіб.

Враховуючи євроінтеграційний вектор розвитку нашої країни, для обґрунтування напрямів її модернізації важливо, на нашу думку, дослідити відповідний досвід європейських країн.

Узагальнення підходів країн ЄС до формування системи фінансового контролю за діяльністю органів місцевого самоврядування та організації процесу його здійснення дозволяє виокремити такі основні принципи:

- чіткість у визначенні меж та обсягу індивідуальної відповідальності керівників органів місцевого самоврядування;
- створення системи фінансового контролю, наділеної усіма необхідними умовами для організації та реалізації дієвих контролюючих процесів;

- чітке розмежування компетенцій і повноважень між органами аудиту та ревізування, а також між їхніми посадовцями (ревізорами (або інспекторами) та аудиторами);
- незалежність органів фінансового контролю та їхніх посадовців;
- створення системи внутрішнього фінансового контролю, заснованої на аналізі ризиків;
- поєднання у процесах контролю ревізійної (або перевіркової) діяльності з оцінкою економічної ефективності і результативності прийнятих підконтрольними особами рішень і вчинених ними дій;
- незалежність органів антикорупційного контролю (виведення їх в окрему структуру).

Контрольні дії з боку центральної влади стосовно місцевих органів та інших суб'єктів деякі українські автори називають урядовим контролем. Зокрема, Г. І. Завистовська трактує його як триєдине поняття: як елемент управління, як процес і як унормована діяльність. «...Як елемент управління він являє собою особливу складову системи державного фінансового контролю, яка передбачає комплекс цілеспрямованих заходів щодо дотримання законності, економності, дієвості й результативності з метою підвищення ефективності використання фінансових ресурсів держави та формування основ оптимізації тактики і стратегії фіскальної політики. Як процес – це логічно побудована, науково обґрунтована і нормативно закріплена послідовність реалізації контрольної функції уряду з метою забезпечення якісною інформацією в прийнятті відповідних рішень з управління фінансовими ресурсами держави, соціально-економічного розвитку країни на основі розробленої і прийнятої у законодавчому порядку соціально-економічної доктрини. Як нормативна категорія – це регламентована нормами права діяльність уповноважених державою (урядом) спеціалізованих органів у сфері контролю, спрямована на недопущення або мінімізацію фактів неефективного, незаконного та нецільового управління фінансовими ресурсами держави відповідними підконтрольними суб'єктами» [1, с. 6]. З наведеного слідує, що авторка розглядає лише ті органи контролю, які інституційно підпорядковані урядові та контролюють використання коштів держави (у тому числі наданих органам місцевого самоврядування). Однак, центральна влада представлено і парламентськими структурами, які також мають свої органи фінансового контролю (у низці країн це згадані вище Рахункові палати). В деяких країнах, як уже зазначалося, до їхніх функцій включено контроль за діяльністю місцевих органів влади і самоуправління щодо формування та використання фінансових ресурсів. Тому, на наш погляд, зовнішній фінансовий контроль з боку центральної влади у даному випадку точніше називати парламентсько-урядовим. У такому випадку під останнім, на нашу думку, слід розуміти логічно побудовану і закріплену чинним законодавством послідовність реалізації контрольної функції центральних органів державної влади з метою забезпечення якісного управління фінансовими ресурсами і соціально-економічного розвитку країни, її регіонів та окремих громад.

Такий контроль у кожній країні ЄС, крім іншого, відрізняється за типами контрольної діяльності, які можуть застосовуватися до усіх підконтрольних суб'єктів, у тому числі органів місцевого самоврядування. Так, у Австрії, Великій Британії, Данії, Естонії, Ірландії, Кіпру, Латвії, Литві, Люксембурзі, Мальті, Нідерландах, Польщі, Словаччині, Словенії, Угорщині, Фінляндії, Чехії, Швеції він включає фінансовий аудит та аудит ефективності, у Бельгії, Італії, Португалії – попередній аудит, судовий аудит, фінансовий аудит та аудит ефективності, у Греції – попередній аудит, судовий аудит, фінансовий аудит, у Іспанії – судовий аудит, фінансовий аудит та аудит ефективності [2]. При цьому слід уточнити, що у загальноприйнятій практиці в Європі

під попереднім аудитом розуміють надання дозволу або рекомендацій щодо видатків з боку контролюючого органу [2]. Контролер (аудитор) може отримувати копії усіх платіжних доручень разом із супровідними документами, перевірити всі транзакції на предмет їх правомірності, регулярності та відповідності формальним ознакам. Він також обов'язково повинен переконаватися у достатності асигнувань для проведення транзакції. Судовий аудит – це вивчення конкретної справи і винесення рішення стосовно особистої відповідальності за використання коштів. Фінансовий аудит – це дослідження стану рахунків та обґрунтування позиції щодо цього, включаючи кадрові рішення. Аудит ефективності – це дослідження широкого кола питань економічної ефективності та результативності видатків [2].

Отже, у будь-якому разі за допомогою парламентсько-урядового фінансового контролю вирішуються проблеми, пов'язані не лише із забезпеченням дотримання встановлених державою правил формування фондів фінансових ресурсів, їх перерозподілу та використання, а й досягається нарощування результативності зусиль публічного союзу щодо фінансово-економічного регулювання.

Але слід зауважити, що не в кожній країні Європейського Союзу центральна влада регулярно застосовує безпосередньо підпорядковані або підзвітні їй органи фінансового контролю для вивчення законності та ефективності діяльності місцевого самоврядування у питаннях формування та використання фінансових ресурсів. Зокрема, їх на регулярній основі використовують хоча б частково у цьому контексті Австрія, Бельгія, Греція, Данія, Естонія, Іспанія (судовий бюджетний контроль), Італія, Кіпр, Латвія, Литва, Люксембург, Мальта, Польща, Португалія, Словаччина, Словенія, Угорщина, а на рівні муніципалітетів – Австрія, Греція, Естонія, Ірландія, Іспанія (судовий бюджетний контроль), Італія, Кіпр, Латвія, Литва, Польща, Португалія, Словаччина, Словенія, Угорщина. Та й підходи щодо реалізації контролю теж різняться. Тому розглянемо окремі приклади з європейської практики.

Так, у Франції у 1982 році було створено 22 регіональні Рахункові палати, які отримали повноваження в частині контролю за муніципальними фінансами від Суду рахунків. Останній був органом фінансового контролю центрального рівня влади, та поряд з цим, виконував аналогічні функції на місцях. Такі зміни сталися через розширення прав адміністративно-територіальних одиниць в цій країні на початку 80-х років минулого століття. З тих пір відповідна палата контролює усі рахунки державних бухгалтерів органів місцевого самоврядування певної адміністративно-територіальної одиниці. Її очолює президент, до складу також входить державний комісар, а штат складається із радників, контролерів, асистентів контролерів. Цікавим для України є те, що, крім звичного для нашої практики інспектування та ревізування, французькі регіональні Рахункові палати надають консультативну допомогу місцевим органам самоврядування і громадам щодо здійснення бюджетного контролю, а також можуть в окремих випадках перебирати на себе частину бюджетних прав. Останнє можливе тоді, коли у визначені законодавством терміни не прийнято якийсь із місцевих бюджетів. У такому випадку префектура звертається до регіональної Рахункової палати і доручає їй розробити новий проект та подати його на затвердження. Крім того, якщо дефіцит якогось з місцевих бюджетів не перевищує 10%, а населення муніципалітету менше 20 тисяч осіб, то регіональна Рахункова палата розробляє заходи зі збалансування бюджету або бюджетного вирівнювання [3]. В інших випадках палати надають оцінку виконання місцевих бюджетів, консультативно супроводжують органи місцевого самоврядування та, за необхідності, звертаються до судів і добиваються необхідних рішень чи обмежень, якщо в діях місцевої влади чи її окремих представників вбачаються незаконні ухили.

Видатки ж самих адміністративно-територіальних одиниць та установ, розміщених на їх території, але при цьому підпорядкованих регіональному і державному рівням влади, контролюють не регіональні Рахункові палати, а Генеральні казначей регіонів, підвідомчі центру. До їхнього штату входять фінансові контролери.

Дещо відрізняється підхід Великої Британії. Тут у функціях органів фінансового контролю значно менший акцент на консультативних складових, хоча вони не повністю виключені. Ефективність і економність використання фінансових ресурсів місцевими органами влади, у тому числі на рівні громад, в цій країні контролює Ревізійна комісія [4, с. 224]. Основними її завданнями визначені інспектування місцевих органів влади, перевірка їх фінансової діяльності, оприлюднення інформації про результати функціонування муніципалітетів та оцінювання ефективності роботи муніципальних рад. За результатами перевірок основні показники діяльності муніципалітетів публікуються для забезпечення порівняння їхніх результатів роботи і розповсюдження досвіду. Пропонуються заходи, що можуть сприяти покращанню надання послуг місцевому населенню.

Досить складною є система фінансового контролю за діяльністю місцевих органів влади у Федеративній Республіці Німеччина. Це пов'язано із ешелонованими фінансовими відносинами між федеральним урядом, федеральними землями та місцевими громадами. Якщо місцеві органи влади отримують та використовують гроші федерального уряду (у тому числі у вигляді кредитів, трансфертів, грантів, тощо), то відповідні питання контролюватиме Рахункова палата країни [6], яка представляє державний фінансовий контроль. При цьому поточний контроль і нагляд також здійснюють територіальні органи Міністерства фінансів. З боку урядів федеральних земель фінансовий контроль за діяльністю муніципальних органів здійснюють земельні рахункові палати. Що стосується власних фінансових ресурсів муніципалітетів, то ефективність їх використання у постійному режимі контролює ревізійний відділ виконавчого органу місцевого самоврядування. Паралельно виконавчий орган місцевого самоврядування знаходиться під постійним наглядом і підзвітний представницькому органу, який також через спеціальні комісії реалізує контрольні функції громади щодо формування і використання фінансових ресурсів. В цьому українська система має деяку схожість з німецькою, однак лише зовні. Як ми вже зазначали в цій роботі, рівень розвитку внутрішнього фінансового контролю на муніципальному рівні та його кадрове забезпечення не задовольняють вимог громад, суспільства і часу. Відтак і ефективність його реалізації під питанням.

В Австрії фінансовий контроль за діяльністю органів місцевого самоврядування не настільки розгалужений, однак передбачає передачу частини бухгалтерської документації в земельні урядові структури, що робить його не менш глибоко проникним. Так, муніципалітети з чисельністю населення понад 20 тисяч осіб щорічно надають свою фінансову документацію уряду федеральної землі, на території якої знаходяться. Крім того, з боку федерального уряду повноваження контролю за формуванням і витрачанням фінансових ресурсів місцевих органів влади наділена Рахункова палата. Вона проводить щорічні перевірки рахунків.

Унітарна монархічна держава Нідерланди чітко розділяє попередній та наступний фінансовий контроль за муніципальними утвореннями. Перший виконується безпосередньо урядом, а другий – в частині відповідності фінансових операцій чинному законодавству – покладено на Ревізійну раду.

Зовсім протилежний досвід іншого королівства – Іспанії. Вона має унітарний устрій з високим ступенем децентралізації, однак, незалежно від нього можна стверджувати, що парламентсько-урядовий фінансовий контроль за діяльністю автономних регіональних урядів та місцевого самоуправління практично не

здійснюється. При цьому всі 17 автономних областей та 50 провінцій дуже сильно залежні від трансфертів з центрального бюджету. Певні контрольні функції на центральному рівні має законодавча влада (Генеральні Кортеси) та уряд через Міністерство економіки і фінансів. Існує Рахункова палата, однак її функціонування не розповсюджується на органи місцевого самоврядування. Єдиним органом контролю за фінансовою діяльністю місцевої влади є спеціальний Ревізійний суд, який здійснює лише судовий бюджетний контроль [7].

Постсоціалістичні країни Європи, навпаки, навіть за невеликих територій та невеликої кількості адміністративно-територіальних утворень, які завдяки цьому завжди «на виду» у центрального уряду, не можуть собі дозволити відмову від фінансового контролю діяльності муніципалітетів. Але він у сучасних умовах частково децентралізований. Так, Угорщина покладає відповідні функції на фінансові комітети та аудиторів. Словаччина створила систему, за якої радою обирається Головний інспектор, що регулює контрольні дії з питань видатків муніципалітету та управління його власністю. Дана службова особа є незалежною [8, с. 523].

Пострадянські країни ЄС також частково децентралізували систему контролю за утворенням та використанням фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування. В Естонії його переважно реалізують аудиторські комітети, які є статутними у муніципальних радах. Вони контролюють мобілізацію та витрачання коштів як самих муніципалітетів, так і їхніх підприємств, установ і організацій. При виявленні недоліків обов'язком комітету є розробка заходів з усунення і контроль за їх реалізацією. У Латвії аналогічні функції виконує комісія аудиторів.

Хоч кожна країна у свій спосіб організовує та здійснює фінансовий контроль за діяльністю органів місцевого самоврядування, однак у цілому він спрямований на забезпечення відповідального управління фінансовими ресурсами громади. Найкраще це досягається за умови незалежності органів фінансового контролю від місцевої влади та оптимального комбінування внутрішнього і зовнішнього контролю. Контроль сприяє належному управлінню фінансовими ресурсами громади через створення і оприлюднення якісної інформації про діяльність органів самоврядування. З його допомогою оцінюється і покращується відкритість місцевої влади, збільшуються можливості громадян щодо отримання послуг, інформації та участі у прийнятті рішень [9].

Враховуючи наведений аналіз зарубіжного досвіду, сформулюємо деякі пропозиції щодо його використання в Україні (беручи також до уваги матеріали інших підрозділів цієї роботи, де йшлося про недоліки вітчизняної практики управління фінансами об'єднаних територіальних громад).

Перш за все звертає на себе увагу французький досвід консультативної роботи та перебирання частини функцій у необхідних випадках регіональними Рахунковими палатами. Українська Рахункова палата – централізована служба парламентського контролю, яка також має регіональні представництва. Щодо неї, то також можливе подальше розширення її функцій по контролю за діяльністю місцевого самоврядування, а саме об'єднаних територіальних громад. Однак, на нашу думку, штат цієї установи не дозволяє охопити усі об'єднані територіальні громади регулярним фінансовим контролем, не кажучи про супроводження та перебирання частини функцій. Та й завдання парламентської форми контролю не передбачають таких тісних взаємовідносин з підконтрольними суб'єктами.

Найбільш імовірним є відповідний перегляд функцій і завдань Державної аудиторської служби, про вже згадувалося нами у попередньому розділі цієї роботи. Тим більше, що сучасна практика реалізації аудиторського контролю ринкових структур демонструє широке використання аудиторськими компаніями методики

консультативної роботи і супроводження клієнтів (включаючи бухгалтерське) [10]. Отже, сама сутність аудиту вказує на його клієнтоорієнтованість. У випадку з ринковими структурами відповідні послуги є платними. У доступних джерелах ми, на жаль, не знайшли інформації про платність або безкоштовність цих робіт для місцевого самоврядування у Франції, але вважаємо прийнятним справляти компенсаційні платежі з об'єднаних територіальних громад у розмірі витрат, понесених державою на забезпечення функціонування задіяних працівників.

Також щодо впровадження в Україні звертає на себе увагу висвітлений вище досвід Естонії, де у муніципальних радах є статутні аудиторські комітети, що здійснюють фінансовий контроль. В Україні це може бути використано як децентралізована форма контролю. Навряд чи можливо його запровадити на рівні об'єднаних територіальних громад через уже згадані кадрові проблеми. Та й масштаби не кожної громади потребують цього. Але на рівні району цілком імовірна реалізація такого проекту. У такому разі для об'єднаних територіальних громад цей контроль буде не внутрішнім, однак децентралізованим. З його допомогою низку питань забезпечення ефективності використання фінансових ресурсів громади і попередження порушень законодавства можна буде вирішити без втручання Державної аудиторської служби. Крім того, наявність паралельних різнопідпорядкованих контролюючих органів дає змогу забезпечити взаємоконтроль і професійну змагальність, що справлятиме позитивний вплив на результативність їх функціонування.

Висновки. Отже, проведене дослідження дає можливість сформулювати додаткові рекомендації щодо модернізації існуючої системи фінансового контролю за діяльністю територіальних громад в Україні, а саме:

- змінити завдання, функції, права, обов'язки та відповідальність Державної аудиторської служби України, передбачивши надання нею консультативної та практичної допомоги виконавчим органам об'єднаних територіальних громад;
- запровадити на рівні районів децентралізований фінансовий контроль шляхом утворення місцевих аудиторських комітетів.

1. Завистовська Г. І. Урядовий фінансовий контроль в Україні: пріоритетні напрями розвитку та підвищення ефективності : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08 / Завистовська Ганна Іполітівна ; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». Київ, 2019. 21 с.
2. Черніков Д., Кузьо М. Державний зовнішній аудит в контексті європейської інтеграції. Київ : ГО «Лабораторія законодавчих ініціатив», 2015. URL: <https://parlament.org.ua/wp-content/uploads/2016/04/10.pdf> (дата звернення: 13.04.2022).
3. Стефанюк І. Б. Зарубіжний досвід! Є чому навчатися, є що запозичувати (організація урядового фінансового контролю у Франції). URL: <http://www.dkrs.gov.ua/kru/uk/publish/article/34205> (дата звернення: 09.04.2022).
4. Миргородська Л. О. Фінансові системи зарубіжних країн : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 320 с.
5. Щур Р.І. Організаційні засади здійснення фінансового контролю за діяльністю об'єднаних територіальних громад в Україні. *Збірник наукових праць Університету ДФС України: електронне наукове видання*. 2019. №1. С. 295-307.
6. Місцеве самоврядування: світовий та український досвід / за ред. А. Ткачука. 2-ге вид. Київ : Заповіт, 1998. 188 с.
7. Щур Р.І. Фінанси об'єднаних територіальних громад в умовах децентралізації в Україні. Монографія. Тернопіль: Осавца Ю.В. 2019. 394 с.
8. Децентралізація: Експерименти и реформи / под. ред. Тамаша М. Хорвата. Local Government and Public Service Reform Initiative. OSI/LGI, 2000. 822 с.
9. Мельник В.М., Щур Р.І. Особливості здійснення фінансового контролю за діяльністю об'єднаних територіальних громад в умовах децентралізації. *Розвиток державного фінансового контролю в контексті економічної безпеки країни: зб. матер. І Міжнародного форуму / Держ. фіск. служба України, Університет ДФС України. Ірпінь, 2019. – С. 114-117.*

10. Щур Р.І., Плєць І.І., Мацьків В.В. Напрями вдосконалення здійснення фінансового контролю за діяльністю територіальних громад. *Фінансові інструменти сталого розвитку економіки: матеріали III міжнародної науково-практичної конференції* (14 квітня 2021 р.). Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2021. С.76-79.

References

1. Zavystovska, G.I. Government financial control in Ukraine: priority areas of development and efficiency: author's ref. dis. Kyiv, Kyiv. nat. econ. Univ. V. Hetman, 2019.
2. Chernikov, D., and M. Kuzio. *State external audit in the context of European integration*. Kyiv, NGO "Laboratory of Legislative Initiatives", 2015. Parliament, parliament.org.ua/wp-content/uploads/2016/04/10.pdf. Accessed 13.04.2022.
3. Stefanyuk, I.B. "Foreign experience! There is something to learn, there is something to borrow (the organization of government financial control in France)". DKRS, www.dkrs.gov.ua/kru/uk/publish/article/34205. Accessed 09.04.2022.
4. Myrhorodska, L.O. *Financial systems of foreign countries: textbook*. Kyiv, Center for Educational Literature, 2008.
5. Shchur, R.I. "Organizational principles of financial control over the activities of united territorial communities in Ukraine." *Collection of scientific works of the University of SFS of Ukraine: electronic scientific publication*, no.1, 2019, pp. 295-307.
6. *Local self-government: world and Ukrainian experience*, ed. A. Tkachuk, 2nd ed. Kyiv, Zapovit, 1998.
7. Shchur, R.I. *Finances of united territorial communities in the conditions of decentralization in Ukraine*. Ternopil, Osavtsa Yu.V., 2019.
8. *Decentralization: Experiments and Reforms*, ed. Tamasha M. Horvata. OSI / LGI, 2000.
9. Melnik, V.M., and R.I. Shchur. "Features of financial control over the activities of united territorial communities in the conditions of decentralization." *Development of public financial control in the context of economic security of the country: Coll. mater. And the International Forum*. Irpen, University of the SFS of Ukraine, 2019, pp. 114-117.
10. Shchur, R.I., Plets, I.I., and V.V. Matskiv. "Directions for improving the implementation of financial control over the activities of territorial communities." *Financial instruments of sustainable economic development: materials of the III international scientific-practical conference (April 14, 2021)*. Chernivtsi, Chernivtsi National University University, 2021, pp.76-79.

УДК: 330.526.34:35.073.53

doi: 10.15330/apred.2.18.73-85

Малишівський Т.В.¹, Стефінін В.В.²

АДАПТАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ «5 КАПІТАЛІВ» ЩОДО АНАЛІЗУ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА РІВНІ ГРОМАД

¹Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра управління та бізнес-адміністрування,
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,
76010, Україна,
тел.: +380 95 312 6606,
e-mail: taras.malyshivskyi@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-9050-2308

²Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра теоретичної і прикладної економіки,

вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,
76010, Україна,
тел.: +3800672992171,
e-mail: volodymyr.stefinin@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-9115-0068

Анотація. Метою статті є вивчення можливостей створення уніфікованої системи оцінки ресурсного потенціалу на рівні громад шляхом аналізу наявних методик оцінки та адаптації закордонних підходів до оцінки ресурсів на місцевому рівні. Для цього у статті з'ясовано теоретичну суть поняття «ресурсний потенціал територіальної громади» та визначено його складові. Проведено порівняння орієнтовних складових аналітичної частини стратегічних та прогнозних документів територіальних громад у різних методиках. Також проаналізовано наявні методики розробки стратегій соціально-економічного розвитку на місцевому та регіональному рівнях на предмет наявності практичних рекомендацій для громад щодо проведення оцінки ресурсного потенціалу та обґрунтовано необхідність розробки універсального підходу щодо оцінки ресурсного потенціалу громад на прикладі адаптації концепції Джонатана Порріта «5 капіталів».

У процесі дослідження використано методи аналізу, систематизації, групування, та абстрагування. Інформаційну базу наукового дослідження склали наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів та законодавчо-нормативні документи з питань розробки стратегій соціально-економічного розвитку на місцевому та регіональному рівнях.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у адаптації концепції «5 капіталів» Джонатана Порріта до оцінки ресурсного потенціалу на рівні громад.

Зокрема, модельна рамка, яку ми пропонуємо для використання щодо оцінки ресурсного потенціалу на рівні територіальних громад, складатиметься із 7 капіталів (типів ресурсів):

- 1) Природний;
- 2) Людський;
- 3) Соціальний;
- 4) Виробничий;
- 5) Фінансовий;
- 6) Інституційна спроможність органів місцевого самоврядування;
- 7) Інфраструктурна складова.

Одержані результати дослідження можуть бути використані органами місцевої влади при розробці стратегічних та прогнозних документів для територіальних громад. Вважаємо, що використання громадами уніфікованої наукової моделі оцінки ресурсного капіталу сприятиме підвищенню ефективності проведеної оцінки, дозволить громадам порівнювати отримані показники як в часі, так і між різними громадами, та сприятиме кооперуванню громад та інтенсивнішому руху капіталу між ними.

Ключові слова: ресурсний потенціал, місцеве самоврядування, соціально-економічний розвиток, концепція «5 капіталів».

Malyshivskiy T.V.¹, Stefinin V.V.²

ADAPTATION OF THE «5 CAPITAL» CONCEPT FOR THE ANALYSIS OF RESOURCE POTENTIAL AT THE COMMUNITY LEVEL

¹Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Management and Business
Administration,
Shevchenko str., 57, Ivano-Frankivsk,
76010, Ukraine,
tel.: +380 95 312 6606,
e-mail: taras.malyshivskiy@pnu.edu.ua,

²Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Theoretical and Applied Economics,
Shevchenka str., 57, Ivano-Frankivsk,
76010, Ukraine,
tel.: +3800672992171,
e-mail: volodymyr.stefinin@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-9115-0068

Abstract. The aim of the article is to study the possibilities of creating a unified system of assessment of resource potential at the community level by analyzing existing methods of assessment and adaptation of foreign approaches to the assessment of resources at the local level. To this end, the article clarifies the theoretical essence of the concept of «resource potential of the territorial community» and identifies its components. Approximate components of the analytical part of strategic and forecast documents of amalgamated communities in different methodological documents are compared.

The existing methods of developing socio-economic strategies at the local and regional levels are analyzed for the presence of practical recommendations for communities to assess resource potential; the necessity of developing a universal approach to assessing the resource potential of communities on the example of adapting the concept of Jonathan Porritt's «5 capitals» is substantiated.

The research used methods of analysis, systematization, grouping, and abstraction. The information base of the research consisted of scientific works of domestic and foreign economists and legal documents on the development of strategies for socio-economic development at the local and regional levels.

The scientific novelty of the obtained results is the adaptation of Jonathan Porritt's concept of «5 capitals» to the assessment of resource potential at the community level.

In particular, the model framework we propose for use in assessing resource potential at the level of territorial communities will consist of 7 capitals (types of resources):

1. Natural;
2. Human;
3. Social;
4. Industrial;
5. Financial;
6. Institutional capacity of local governments;
7. Infrastructure component.

The results of the study can be used by local authorities in developing strategic and forecasting documents for local communities. We believe that the use of a unified scientific model of resource capital assessment by communities will increase the effectiveness of the assessment, allow communities to compare indicators both over time and between different communities, and promote community cooperation and more intensive capital movements between them.

Key words: resource potential, local self-government, socio-economic development, the concept of «5 capitals».

Вступ. Якісна розробка стратегії розвитку громад, програм соціально-економічного розвитку та інших планувальних та стратегічних документів на місцевому рівні передбачає наявність якісних та достовірних даних, які можуть слугувати надійною основою для прийняття ефективних управлінських рішень. На жаль, на сьогодні культура прийняття рішень на основі даних (data-driven decision-making process), яка широко використовується у корпоративному світі, не набула широкого застосування у секторі публічного управління, зокрема на рівні місцевого самоврядування [11].

Як результат, ті стратегії розвитку, що були сформовані - не завжди мають в основі якісну аналітичну базу. Відповідно, планування, яке базується на недостовірних та повних даних, а також не має якісної аналітичної обґрунтованості має досить високі шанси бути таким, що не сприятиме соціально-економічному розвитку громад.

Ключовими причинами, чому дана ситуація має місце, є:

- не зацікавленість керівництва громад у якісному довгостроковому прогнозуванні, особливо у сільських громадах;
- відсутність коштів у місцевому бюджеті, які б виділялися на утримання аналітичного відділу у структурі органу місцевого самоврядування;
- відсутність кадрового потенціалу, який би виконував завдання зі збору, обробки та аналізу статистичних даних;
- відсутність культури залучення аналітичних центрів та інших науково-дослідницьких установ та організацій до процесів стратегування та прийняття управлінських рішень.
- відсутність чіткої та уніфікованої методології та шаблонів щодо розробки стратегічних документів, зокрема і щодо оцінки ресурсного потенціалу громади.

Вважаємо, що остання причина є однією із найважливіших сьогодні, адже без відсутності якісної оцінки саме ресурсного потенціалу громади, будь-яке планування її розвитку буде неефективним. Враховуючи військову ситуацію в Україні та необхідність оновлення наявних стратегій / розробки нових уже з урахуванням тих викликів, які виникли в соціально-економічній сфері в результаті неспровокованої війни із російською федерацією, саме зараз виникає об'єктивна необхідність у формуванні уніфікованої системи оцінки ресурсного потенціалу громад. Адже маючи таку систему та розробивши чіткі індикатори із рекомендаціями щодо їх вимірювання та збору даних, ми можемо збільшити частку громад, які проведуть якісний аналіз ресурсів та сформують нові, більш ефективні, стратегії розвитку.

Довоєнний розвиток української економіки характеризувався стабільною стагнацією: зростання частки сировинного та квазі-сировинного експорту, падіння в рейтингу глобальної конкурентоспроможності, відсутність значних потоків залучення прямих іноземних інвестицій тощо [4]. Сьогодні, Україна отримала унікальний, в економічному плані, шанс змінити структуру своєї економіки із сировинно-орієнтованої на промислово-розвинену економіку виробничого типу. Важливою передумова реалізації даного плану, безумовно, є проведення оцінки ресурсного потенціалу на рівні громад, яка в подальшому слугуватиме відправною точкою щодо визначення спеціалізації громад, залучення необхідних додаткових ресурсів та формування чіткої візії довгострокового економічно-соціального розвитку.

Низка питань у контексті питань, пов'язаних із оцінкою ресурсного потенціалу територіальних громад досліджена у працях таких вчених як Л. Баценко, В. Мантула [1], В. Кузьмин, Х. Сусяк [3], І. Чикало [10], Ю. Якименко, А. Рачок [11] та інших.

Зокрема, в працях вищенаведених дослідників сформовано хорошу теоретичну базу щодо питань, пов'язаних із оцінкою ресурсного потенціалу територіальних громад.

Проте, ряд питань і досі залишається актуальним. Зокрема, станом на сьогодні ключова проблема полягає у відсутності уніфікованого підходу щодо оцінки ресурсного потенціалу. Як результат - не існує єдиної універсальної системи індикаторів оцінки ресурсного потенціалу, яку б використовували громади в процесі розробки стратегічних документів.

Постановка завдання. Мета даного дослідження полягає у вивченні можливостей створення уніфікованої системи оцінки ресурсного потенціалу на рівні

громад шляхом аналізу наявних методик оцінки та адаптації закордонних підходів до оцінки ресурсів на місцевому рівні.

Поставлена мета зумовлює необхідність вирішення кількох принципових питань: з'ясування теоретичної суті поняття «ресурсний потенціал територіальної громади», та визначення його складових; оцінка наявних методик розробки стратегій соціально-економічного розвитку на місцевому та регіональному рівнях на предмет наявності практичних рекомендацій для громад щодо проведення оцінки ресурсного потенціалу; обґрунтування необхідності розробки універсального підходу щодо оцінки ресурсного потенціалу громад на прикладі адаптації концепції Джонатана Порріта «5 капіталів».

Результати. Ресурсний потенціал громади - це комплексна категорія, щодо якої в науковому світі не сформувався єдиного підходу.

Зокрема, за однією концепцією - ресурсний потенціал території прирівнюють до поняття національне багатство, за іншою - це частина економічного потенціалу, призначеного для задоволення потреб суспільства [1].

Ми дотримуємось погляду Чикало І.В., та трактуємо ресурсний потенціал громади як сукупність ресурсів, що є у власності або розпорядженні територіальної громади, а також джерел та засобів їх відтворення, які визначають спроможність громади, відіграючи основну роль у визначенні детермінант її соціально-економічного розвитку [10].

Варто зауважити, що дане визначення акцентує увагу на тому, що саме ресурсний потенціал громади є ключовим детермінантом її соціального-економічного розвитку, адже саме відштовхуючись від наявності тих чи інших ресурсів, громада формує свою спеціалізацію.

Ресурсний потенціал, відповідно до напрямів використання, поділяється на:

- експлуатаційний потенціал - використовується в даний час частина можливостей соціально-економічної системи;
- інвестиційний потенціал – частина соціально-економічної системи, яка може і повинна бути задіяна для досягнення визначених цілей, що включає всі можливі напрямки інвестицій в умовах оптимальної діяльності економічної системи, тобто при відсутності обмежень на її діяльність;
- резервний потенціал – невикористана в даний час і в найближчому майбутньому частина потенціалу соціально-економічної системи [1].

З точки зору актуальності, саме інвестиційний потенціал викликає найбільшу зацікавленість. Оскільки, для того, щоб на території громади був потенціал до генерації високого рівня доходу, необхідно щоб усі ресурси, які можуть бути задіяні - були задіяні.

Також, ми пропонуємо поділяти ресурси на постійні (фіксовані) та змінні.

Постійні або ж фіксовані - це ресурси, обсяги яких не здатні збільшуватись у короткостроковому періоді. Сюди ми відносимо певні стійкі величини та обсяги вичерпних ресурсів: адміністративно-територіальна площа громади, обсяги корисних копалин, що залягають у надрах на території громади, обсяги водного фонду тощо.

Варто розуміти, що теоретично - ці ресурси можуть бути змінені у довгостроковому періоді - відкриття нових покладів корисних копалин, створення штучних водойм, насадження нових лісових масивів тощо.

Постійні ресурси є такими, на які ми не впливаємо та яких не формуємо, а тільки використовуємо.

Змінні ресурси - це ресурси, обсяги яких можуть коливатися у короткостроковому періоді. Сюди відносимо обсяги доступних кредитних ресурсів, кількість випускників

вищих навчальних закладів за певною спеціалізацією, кількість безробітних, частку економічно-активного населення в загальній структурі тощо.

Громада, в особі органу місцевого самоврядування, може впливати на обсяги даних ресурсів та коригувати їх у тому напрямку, у якому потрібно. Як приклад, якщо громада планує розвивати сектор ІТ на території, то вона може профінансувати навчання для студентів у напрямку ІТ. Як результат, за 4-5 років частка ІТ-спеціалістів у структурі економічно-активного населення зросте, що відкриє новий потенціал для економічного зростання.

Слід розуміти, що ресурсний потенціал території - це не стала величина. Розвиток науки та техніки, використання нових методів освіти, глобалізаційні процеси - це ті чинники, які кожної миті змінюють ресурсний потенціал не тільки на рівні громад, а на рівні глобальному. Відповідно, громадам необхідно постійно тримати «руку на пульсі» того, яким ресурсним потенціалом вони володіють [3].

Також, відповідно до «Методичних рекомендацій щодо формування і реалізації прогнозних та програмних документів соціально-економічного розвитку об'єднаної територіальної громади» затверджених наказом Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України №75 від 30.03.2016, «система прогнозних та програмних документів соціально-економічного розвитку об'єднаної територіальної громади включає:

- стратегію розвитку об'єднаної територіальної громади;
- план (програму) соціально-економічного розвитку об'єднаної територіальної громади;
- інші довгострокові, середньострокові та короткострокові прогнозні і програмні документи, в яких відповідно до соціально-економічних та суспільно-політичних процесів, що відбуваються в державі та відповідному регіоні, з урахуванням впливу зовнішніх та внутрішніх факторів і очікуваних тенденцій визначаються цілі і пріоритети соціально-економічного розвитку об'єднаної територіальної громади та заходи, які необхідно здійснити для їх досягнення» [9].

Відповідно, територіальним громадам необхідно з певною періодичністю здійснювати оцінку власного ресурсного потенціалу, як задля оцінки його динаміки, так і для використання в аналітичній частині у своїх прогнозних та програмних документах.

Оцінка ресурсного потенціалу громади - це аналіз наявності та доступності на території громади наявних видів ресурсів та порівняння отриманих результатів із певними критеріями (бажаним ресурсним потенціалом громади). Варто розуміти, що в результаті того, що кожна територіальна громада по своєму унікальна в плані територіально-географічного розміщення, а також - в плані визначення економічної спеціалізації, для кожної громади необхідно сформулювати власну оцінку бажаного ресурсного потенціалу.

У підсумку, громади, отримавши дані оцінки та порівнявши їх з бажаними показниками чіткіше розумітимуть, яких ресурсів їм не вистачає та зможуть ефективніше працювати над їх залученням.

На рівні держави, існує низка документів, метою яких є надання практичних та методичних рекомендацій органам місцевого самоврядування щодо розробки прогнозних та стратегічних документів. До таких документів включають:

- Методичні рекомендації щодо формування і реалізації прогнозних та програмних документів соціально-економічного розвитку об'єднаної територіальної громади, затверджених наказом Міністерства регіонального

розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України №75 від 30.03.2016 [9];

- Методика розроблення, проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації регіональних стратегій розвитку та планів заходів з їх реалізації, затвердженої наказом Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України №79 від 31.03.2016 [6];
- Методичні рекомендації щодо порядку розроблення, затвердження, реалізації, проведення моніторингу та оцінювання реалізації стратегій розвитку територіальних громад, розроблених Міністерством розвитку громад та територій України, 2021 р. [8];
- Методичні рекомендації у сфері місцевого економічного розвитку «Порядок розроблення стратегії розвитку територіальної громади», розроблених Асоціацією міст України [7].

В усіх вищенаведених документах, в структурі стратегії / плану соціально-економічного розвитку виділяється аналітична частина, хоча за своїм наповненням, ці частини відрізняються в різних документах (Табл. 1).

Аналізуючи таблицю 1, ми спостерігаємо те, що для кожного документу притаманні як і загальні складові (демографія, інфраструктура, природно-ресурсний потенціал тощо), так і виключно ті, які зустрічаються в тому чи іншому документі (органи самоорганізації населення, ландшафтні особливості рельєфу тощо). Це вказує на те, що справді не існує єдиного підходу до оцінки ресурсного потенціалу громади та її поточного соціально-економічного стану.

Також, варто зауважити, що тільки в одному із трьох документів (Методичні рекомендації щодо порядку розроблення, затвердження, реалізації, проведення моніторингу та оцінювання реалізації стратегій розвитку територіальних громад) є орієнтовний перелік індикаторів того, яким чином можна оцінити наявність ресурсів на території громади. Проте, на наш погляд, наведений перелік індикаторів не є вичерпним та не в повній мірі здатен описати реальний ресурсний потенціал територіальної громади.

Порівняння орієнтовних складових аналітичної частини стратегічних та прогнозних документів територіальних громад у різних методиках

Table 1

Comparison of approximate components of the analytical part of strategic and forecast documents of amalgamated communities in different methodological documents

Назва методики / рекомендацій	Орієнтовна складова аналітичної частини стратегічних та прогнозних документів територіальних громад
1	2
<p>Методичні рекомендації щодо формування і реалізації прогнозних та програмних документів соціально-економічного розвитку об'єднаної територіальної громади</p>	<ul style="list-style-type: none"> - географічне розташування об'єднаної територіальної громади, опис суміжних територій; - демографічна ситуація, ринок праці об'єднаної територіальної громади; - фінансово-бюджетна ситуація об'єднаної територіальної громади; - наявна інфраструктура об'єднаної територіальної громади (транспортна, екологічна, енергетична, виробнича, соціальна тощо); - динаміка та особливості соціально-економічного розвитку за останні п'ять років, у тому числі, стан використання природного, ресурсного, виробничого, науково-технічного потенціалу, розвитку малого і середнього підприємництва, зайнятості населення, задоволення населення товарами і послугами, доступу суб'єктів підприємництва до кредитів та інвестицій, екологічну ситуацію об'єднаної територіальної громади тощо; - інші дані, визначені відповідальним розробником, як необхідні для проведення аналізу стану розвитку об'єднаної територіальної громади.
<p>Методика розроблення, проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації регіональних стратегій розвитку та планів заходів з їх реалізації</p>	<ul style="list-style-type: none"> - географічне розташування, суміжні території; - ландшафтні особливості рельєфу, характеристика ґрунтів та гідрологія; - природно-ресурсний потенціал, кліматичні умови; - адміністративно-територіальний поділ та формування об'єднаних територіальних громад; - наявність містобудівної документації на рівні регіону; - демографічна ситуація, ринок праці; - інфраструктура (транспортна, екологічна, енергетична, промислова, зв'язок, соціальна); - особливості економічного розвитку в динаміці за останні п'ять років та у розрізі видів та підвидів економічної діяльності; - стан сфери досліджень та інновацій; - розвиток підприємницького середовища; - перелік видів економічної діяльності, які мають інноваційний потенціал, з урахуванням конкурентних переваг регіону (з відповідним обґрунтуванням); - розвиток міст та сільських територій; - екологічна ситуація; - фінансово-бюджетна ситуація; - урахування гендерного компонента в програмах економічного та соціального розвитку з урахуванням актуальних потреб галузей і регіонів; - результати проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації діючої регіональної стратегії.

1	2
Методичні рекомендації щодо порядку розроблення, затвердження, реалізації, проведення моніторингу та оцінювання реалізації стратегій розвитку територіальних громад	<ul style="list-style-type: none"> - історичний розвиток; - географічне розташування; природно-ресурсний потенціал; - характеристика населення та трудових ресурсів; - наявна інфраструктура (транспортна, житлово-комунальна, поштова та зв'язок, соціальна, торгівлі та послуг, туристична); - містобудівна документація; - економічний розвиток; - фінансовий стан та бюджет територіальної громади; - органи управління громадою; - органи самоорганізації населення та громадських об'єднань; - результати опитування заінтересованих сторін; - інше.
Методичні рекомендації у сфері місцевого економічного розвитку «Порядок розроблення стратегії розвитку територіальної громади»	<ul style="list-style-type: none"> - вступ; - загальна характеристика громади; - земельні та природні ресурси; - населення та трудові ресурси; - економіка громади; - фінансовий стан та бюджет громади; - житлово-комунальне господарство; - соціальна інфраструктура; - транспортна інфраструктура та зв'язок; - інфраструктура торгівлі та послуг; - стан довкілля.

Сформовано авторами на основі [6-9]

Відповідно, одним із найважливіших завдань сьогодення у науковому світі мала б стати розробка системи складових та індикаторів оцінки ресурсного потенціалу територіальних громад. Вважаємо, що розробка такої системи матиме низку позитивних наслідків в контексті післявоєнного відновлення, зокрема:

- можливість порівняння ресурсного потенціалу в динаміці та відслідковування прогресу в межах громади;
- порівняння ресурсних потенціалів між громадами, що дозволить територіальним громадам ефективніше кооперуватися та реалізовувати спільні проекти / програми;
- зростання рівня інвестиційної привабливості, оскільки інвестори краще розумітимуть ресурсний потенціал громади;
- зростання частки задіяності ресурсів що, потенційно, здатне генерувати більші обсяги доходу на території. Як наслідок, зростання рівня добробуту для населення та надходжень до місцевого бюджету;
- розробка більш якісних та ефективних стратегій розвитку / програм соціально-економічного розвитку, що сприятиме швидкому економічному зростанню та побудові тієї економічної системи на території громади, яка здатна генерувати високий рівень доходу та є сталою.

Для формування уніфікованої системи оцінки ресурсного потенціалу громад, ми пропонуємо адаптувати концепцію Джонатана Порітта «5 капіталів» для використання її на рівні громад.

Модель «П'яти капіталів» була розроблена організацією, відомою як Форум майбутнього, заснованою британським гуру екології Джонатаном Порріттом [12].

Дана модель забезпечує основу для розуміння стійкості (сталості) суб'єктів господарювання з точки зору економічної концепції створення багатства або «капіталу».

Модель виділяє 5 основних «видів» капіталу [12]:

1) Природний капітал - це будь-який запас або потік енергії та матеріалів, які беруть участь у виробництві товарів та послуг. Даний вид капіталів включає:

ресурси - відновлювані та невідновлювані матеріали;

стоки - які поглинають, нейтралізують або переробляють відходи;

процеси - наприклад, регулювання клімату, тощо.

2) Людський капітал складається зі здоров'я, знань, навичок та мотивації людей - ключових складових продуктивної роботи. Збільшення людського капіталу через освіту та навчання визначається центральним для формування процвітаючої економіки.

3) Соціальний капітал стосується інституцій, які допомагають підтримувати та розвивати людський капітал у партнерстві з іншими; наприклад сім'ї, громади, підприємства, профспілки, школи та волонтерські організації.

4) Виробничий капітал включає матеріальні блага або основні засоби, які сприяють виробничому процесу, а не є самим продуктом, наприклад інструменти, машини та споруди.

5) Фінансовий капітал відіграє важливу роль у нашій економіці, дозволяючи володіти та торгувати іншими типами капіталу. Але, на відміну від інших типів, він сам по собі не має реальної вартості, а репрезентує природний, людський, соціальний або виробничий капітал; наприклад акції, облігації, ф'ючерси тощо.

Варто розуміти, що дана концепція розроблялася для використання у приватному секторі для оцінки окремих компаній. Відповідно, з метою використання цієї концепції для оцінки громад необхідно провести адаптацію. Зокрема, важливо додати елементи, якими володіють громади як суб'єкти публічного управління.

Ми пропонуємо доповнити дану концепцію ще двома видами капіталу:

- інституційна спроможність органів місцевого самоврядування;

- наявна інфраструктура.

Інституційна спроможність органів місцевого самоврядування - це здатність органів місцевого самоврядування ефективно управляти соціально-економічним розвитком громад. Дана складова - це комплексна категорія, яка включає в себе низку спроможностей: спроможність щодо залучення інвестицій, спроможність щодо формування політик економічного розвитку, маркетинг та промоція громади на всеукраїнському та міжнародному рівнях тощо. Дана складова є надзвичайно важливою, адже саме від діяльності органу місцевого самоврядування залежить те, яким буде вектор розвитку громади.

Зокрема, в межах концепції місцевого економічного розвитку, органам місцевого самоврядування відводиться ключова роль. Саме керівні органи громад виступають архітекторами економічного розвитку таких громад, оскільки вони володіють набором методів, механізмів та важелів, якими можуть впливати на розвиток соціально-економічних систем у своїх громадах [5]. Як наслідок, низький рівень інституційної спроможності органу місцевого самоврядування ставить під загрозу економічний розвиток громади та може навіть призвести до економічного занепаду території. Саме тому, оцінка даного капіталу повинна стати однією зі складових даної концепції, адже саме від рівня інституційної спроможності органу місцевого самоврядування залежить вектор та динаміка розвитку громади. А проведення незалежної оцінки даного капіталу

дозволить виявити слабкі сторони в системі управління громадою та надасть можливість їх усунення.

Інфраструктура - це «сукупність специфічних форм, методів і процесів, а також різноманітних споруд та комунікацій, що забезпечують загальні умови і нормальне функціонування економічної, соціальної, екологічної та інших галузей життєдіяльності суспільства, його відтворення і розвиток» [2].

Інфраструктура теж виступає комплексною категорією, яка складається з наступних складових:

- транспортна;
- житлово-комунальна;
- поштова та зв'язок;
- соціальна;
- торгівлі та послуг;
- туристична;
- екологічна;
- енергетична;
- промислова;
- виробнича.

В контексті громад, інфраструктура в основному виступає як суспільне благо, адже за кошти місцевого бюджету утримуються дороги, шляхопроводи, мости, публічні простори тощо. Відповідно, наявна інфраструктура теж є своєрідним капіталом, який є водночас як одним із складових виробничого процесу, так і індикатором соціально-економічного розвитку громади. Саме тому, інфраструктура є досить цікавою категорією, адже з однієї сторони вона перебуває в залежності від фінансового капіталу та загалом економічного становища громади, а з іншого - вона є важливою складовою виробничого процесу, важливим індикатором інвестиційної привабливості, формує привабливість території як місця для проживання населення.

Вважаємо, що таке дуальне становище такого капіталу як «інфраструктура» вказує на його важливість, а тому його включення до даної моделі є обов'язковою.

Висновки. Оцінка ресурсного потенціалу громади - це важливий процес, адже саме від нього залежить наскільки якісно буде сформовано стратегію розвитку громади, її план соціально-економічного розвитку чи будь-який інший стратегічний документ.

Станом на сьогодні, в Україні не існує єдиного підходу до оцінки ресурсного потенціалу громад, а відповідно - кожна громада по своєму трактує цей процес. Як наслідок, оцінка ресурсного потенціалу не завжди виходить об'єктивною та достовірною, а також - не може використовуватися для порівняння між громадами.

Наявні документи, що повинні надати громадам методичну допомогу в процесі розробки стратегічних документів в основному надають тільки перелік тих сфер (в тому числі і ресурсів), які б було варто оцінити. Проте, чітко переліку індикаторів із посиланням на джерела, де їх можна отримати - немає.

Саме тому, ми пропонуємо розробити нову уніфіковану модель оцінки ресурсного потенціалу громад та систему індикаторів, які б дозволити якісно та в повній мірі оцінити наявність тих чи інших ресурсів на території громади.

За основу ми пропонуємо взяти модель «5 капіталів» Джонатана Порріта та адаптувати її до використання в умовах громад.

Таким чином, модельна рамка, яку ми пропонуємо для використання щодо оцінки ресурсного потенціалу на рівні територіальних громад, складатиметься із 7 капіталів:

- 1) Природний;
- 2) Людський;
- 3) Соціальний;

- 4) Виробничий;
- 5) Фінансовий;
- 6) Інституційна спроможність органів місцевого самоврядування;
- 7) Інфраструктурна складова.

Вважаємо, що використання громадами уніфікованої наукової моделі оцінки ресурсного капіталу сприятиме підвищенню ефективності проведеної оцінки, дозволить громадам порівнювати отримані показники як в часі, так і між різними громадами, та сприятиме кооперуванню громад та інтенсивнішому руху капіталу між ними.

1. Баченко Л., Мантула В. Оцінка ресурсного потенціалу об'єднаної територіальної громади. *European Journal of economics and management*, 2019. № 1 (5). С. 242-255. URL: <https://cutt.ly/wKpgrsX>. (дата звернення: 17.05.2022 р.)
2. Енциклопедія сучасної України. URL: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=12489. (дата звернення: 17.05.2022 р.)
3. Кузьмин В. М., Сусяк Х. В. Структурування потенціалу територіальної громади. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. 2015. Вип. 11. С. 177-180. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2015_11_42. (дата звернення: 17.05.2022 р.)
4. Малишівський Т. В., Стефінін В. В. Система інструментів інвестиційної політики на місцевому рівні: теоретичний аспект. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: науковий журнал*. Івано-Франківськ : Вид-во Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2021. Вип. 17. Т. 1. С.173-183
5. Малишівський Т. В., Стефінін В. В. Управління економічним розвитком громади крізь призму концепції «місцевого економічного розвитку». *Науковий вісник Одеського національного економічного університету: зб. наук. пр.*, 2021. N1-2 (278-279). С. 66-75.
6. Методика розроблення, проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації регіональних стратегій розвитку та планів заходів з їх реалізації, затвердженої наказом Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України №79 від 31.03.2016. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0632-16#Text>. (дата звернення: 24.05.2022 р.)
7. Методичні рекомендації у сфері місцевого економічного розвитку «Порядок розроблення стратегії розвитку територіальної громади». Асоціація міст України. URL: https://auc.org.ua/sites/default/files/library/metodyka_mer_new.pdf. (дата звернення: 24.05.2022 р.)
8. Методичні рекомендації щодо порядку розроблення, затвердження, реалізації, проведення моніторингу та оцінювання реалізації стратегій розвитку територіальних громад. Міністерство розвитку громад та територій України. URL: <https://cutt.ly/aKrgos6>. (дата звернення: 24.05.2022 р.)
9. Методичні рекомендації щодо формування і реалізації прогнозних та програмних документів соціально-економічного розвитку об'єднаної територіальної громади» затверджених наказом Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України №75 від 30.03.2016. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0075858-16#Text>. (дата звернення: 24.05.2022 р.)
10. Чикало І. В. Управління ресурсним потенціалом об'єднаних територіальних громад на засадах стратегічного підходу. *Причорноморські економічні студії*, 2018. Вип. 36(1). С. 93-98. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_36\(1\)_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_36(1)_21). (дата звернення: 17.05.2022 р.)
11. Якименко Ю., Рачок А. Аналітичні центри сьогодні й завтра: погляд з України. Разумков центр. URL: <https://razumkov.org.ua/statti/analitichni-tsentri-sogodni-i-zavtra-pogliad-z-ukrainy>. (дата звернення: 01.06.2022 р.)
12. The Five Capitals - a framework for sustainability. Forum for the future. URL: <https://www.forumforthefuture.org/the-five-capitals>. (дата звернення: 17.05.2022 р.)

References

1. Batsenko, L., and V.Mantula. «Assessment of the resource potential of the united territorial community». *European Journal of Economics and Management*, no. 1 (5), 2019, cutt.ly/wKpgrsX. Accessed 17 May. 2022.
2. Encyclopedia of modern Ukraine, esu.com.ua/search_articles.php?id=12489. Accessed 17 May. 2022.
3. Kuzmin, V. M., and H. V.Susyak. «Structuring the potential of the territorial community». *Scientific Bulletin of the International Humanities University. Series: Economics and Management*, no. 11, 2015/ Vernadsky National Library of Ukraine, nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2015_11_42. Accessed 17 May. 2022.

4. Malyshevskiy, T. V., and V. V. Stefinin. «The system of investment policy instruments at the local level: a theoretical aspect.» *The actual problems of regional economy development*, no. 5 (145), 2020. DOI: 10.15330/apred.1.17.173-183
5. Malyshevskiy, T. V., and V. V. Stefinin. «Management of community economic development through the prism of the concept of «local economic development.» *Scientific Bulletin of Odessa National University of Economics*, no. 1-2 (278-279), 2021. DOI: 10.32680/2409-9260-2021-1-2-278-279-66-75
6. Methods of developing, monitoring and evaluating the effectiveness of regional development strategies and action plans for their implementation, approved by the order of the Ministry of Regional Development, Construction and Housing of Ukraine №79 from 31.03.2016. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0632-16#Text. Accessed 24 May. 2022.
7. Methodical recommendations in the field of local economic development «Procedure for developing a strategy for the development of the territorial community.» Association of Ukrainian Cities, auc.org.ua/sites/default/files/library/metodyka_mer_new.pdf. Accessed 24 May. 2022.
8. Methodical recommendations on the procedure for developing, approving, implementing, monitoring and evaluating the implementation of development strategies of territorial communities. Ministry of Development of Communities and Territories of Ukraine, cutt.ly/aKpgos6. Accessed 24 May. 2022.
9. Methodical recommendations on the formation and implementation of forecast and program documents of socio-economic development of the united territorial community «approved by the order of the Ministry of Regional Development, Construction and Housing of Ukraine №75 from 30.03.2016. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0075858-16#Text. Accessed 24 May. 2022.
10. Chykalo, I. V. «Management of resource potential of united territorial communities on the basis of strategic approach». *Black Sea Economic Studies*, no. 36, 2018. Vernadsky National Library of Ukraine, nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_36(1)_21. Accessed 17 May. 2022.
11. Yakymenko, Yu., and A. Rachok. «Analytical centers today and tomorrow: a view from Ukraine.» Razumkov, razumkov.org.ua/statti/analitichni-tsentry-sogodni-i-zavtra-pogliad-z-ukrainy. Accessed 1 Jun. 2022.
12. «The Five Capitals - a framework for sustainability». Forum for the future, /www.forumforthefuture.org/the-five-capitals. Accessed 17 May. 2022.

УДК 332.02:334.01

doi: 10.15330/apred.2.18.85-94

Ємець О.І.

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ІНІЦІАТИВА ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В РЕГІОНІ

Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра теоретичної і прикладної економіки,
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,
76018, Україна,
тел .: +380979040894,
e-mail: olaif2005@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0003-1338-2880

Анотація. Тема статті «Підприємницька ініціатива як чинник розвитку бізнесу в регіоні». Метою статті є проаналізувати стан розвитку бізнесу в регіоні, виявити чинники, що перешкоджають відновленню бізнесу, проаналізувати приклади підприємницьких ініціатив в регіоні – Pizza Veterano, створення шелтерів, систематизувати чинники, що впливають на розвиток бізнесу в умовах війни, за допомогою опитування виявити потреби бізнесу воєнного часу.

При вирішенні поставлених завдань нами використано ряд методів дослідження: аналізу, синтезу та порівняння щодо особливостей розвитку бізнесу з урахуванням регіонального контексту.

Для реалізації підприємницьких ініціатив необхідна взаємодія усіх стейкхолдерів: бізнесменів, представників органів державної влади, споживачів. Лише взаємовигідна співпраця може бути успішною платформою для реалізації підприємницьких ідей.

Напрями розвитку бізнесу змінюються з урахуванням військових подій, які визначають тренди розвитку регіонів через безпечну діяльність суб'єктів господарювання.

Варто зазначити, що до головним генератором підприємницьких ініціатив виступають підприємці, тому нами проаналізовано визначення терміну «підприємець» окремими авторами, доповнено і запропоновано власне трактування. Підприємець – це творча людина, що має ініціативу, яка націлена найефективніше використовувати задіяні в бізнесі ресурси (матеріальні, трудові, фінансові, інтелектуальні, інформаційні тощо) і готова ризикувати для організації виробництва та збуту товарів або послуг необхідних суспільству, щоб максимально задовольняти потреби споживачів для досягнення власної мети – отримання прибутку.

Турбулентне середовище змушує продукувати нові ідеї для підтримки бізнесу та збереження прибутків. Яскравим прикладом підприємницьких ініціатив в регіоні є відкриття піцерії Pizza Veterano, де як мінімум половина персоналу має бути учасниками бойових дій. Це дає можливість не тільки отримати прибуток а й підтримати військових, що повернулися з війни. З метою пошуку безпеки, при переміщення людей з одних регіонів в інші, підприємницькі ініціативи стосуються створення шелтерів – місць для тимчасового перебування осіб.

Слід звернути увагу, що появу нових бізнес-ідей неможливо запрограмувати, проте вона обов'язково прийде коли її шукати чи виношувати. Тому підприємницька ініціатива є визначальним чинником розвитку бізнесу через використання якостей підприємця для реалізації нових ідей.

Наукова новизна полягає в тому, що вперше проаналізовано підприємницькі ініціативи як чинник розвитку бізнесу в регіоні в умовах воєнного стану.

Висновки та рекомендації мають практичну значущість на регіональному рівні: через виявлення креативних ідей є можливість обрати кращу ініціативу, покращити розвиток бізнесу в регіоні та створити умови безпеки.

Ключові слова: підприємницька ініціатива, ідея, бізнес, підприємець, стейкхолдери, безпека, регіон.

Yemets O.I.

ENTREPRENEURIAL INITIATIVE AS A FACTOR OF BUSINESS DEVELOPMENT IN THE REGION

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Theoretical and Applied
Economics,
Shevchenko str., 57, Ivano-Frankivsk,
76018, Ukraine,
tel.:+380979040894,
e- mail: olaif2005@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0003-1338-2880

Abstract. The topic of the article is "Entrepreneurial initiative as a factor in business development in the region." The aim of the article is to analyze the state of business development in the region, to identify factors hindering business recovery, to analyze examples of entrepreneurial initiatives in the region - Pizza Veterano, to create shelters, to systematize factors influencing business development in war, to identify military business needs time.

In solving the tasks we used a number of research methods: analysis, synthesis and comparison of the peculiarities of business development, taking into account the regional context.

The implementation of entrepreneurial initiatives requires the interaction of all stakeholders: businessmen, government officials, consumers. Only mutually beneficial cooperation can be a successful platform for the implementation of business ideas.

The directions of business development change in the light of military events, which determine the development trends of the regions through the safe operation of economic entities.

It should be noted that the main generator of entrepreneurial initiatives are entrepreneurs, so we analyzed the definition of the term "entrepreneur" by individual authors, supplemented and proposed their own interpretation. An entrepreneur is a creative person who has an initiative that aims to make the most efficient use of resources involved in business (material, labor, financial, intellectual, informational, etc.) and is willing to take risks to organize the production and sale of goods or services needed by society to meet consumer needs. achieving one's own goal - making a profit. A turbulent environment forces you to produce new ideas to support business and save profits. A striking example of entrepreneurial initiatives in the region is the opening of the pizzeria Pizza Veterano, where at least half of the staff must be participants in hostilities. This makes it possible not only to make a profit but also to support the military returning from the war. In order to seek security, when moving people from one region to another, entrepreneurial initiatives involve the creation of shelters - places for temporary stay of persons.

It should be noted that the emergence of new business ideas can not be programmed, but it will come when looking for or nurturing. Therefore, entrepreneurial initiative is a determining factor in business development through the use of entrepreneurial qualities to implement new ideas.

The scientific novelty is that for the first time entrepreneurial initiatives as a factor of business development in the region under martial law are analyzed.

Conclusions and recommendations are of practical significance at the regional level: by identifying creative ideas, it is possible to choose the best initiative, improve business development in the region and create security conditions.

Key words: entrepreneurial initiative, idea, business, entrepreneur, stakeholders, security, region.

Вступ. Підприємницька ініціатива, в сучасних умовах соціально-економічного розвитку, проявляється під впливом військових подій, які сколихнули економіку країни та прикули увагу цілого світу.

Експерти та науковці не насмілюються робити прогнози щодо: майбутніх трендів курсу національної валюти у співвідношенні до іноземної; відсотка зростання цін; часового лагу для відновлення бізнесу в окремих регіонах. Проте кожен громадянин, намагається внести лепту у розвиток національної економіки, допомогти своєю працею як фізичною так і розумовою, і робити все можливе на своєму місці з метою наближення перемоги.

Тому метою статті є переглянути існуючі дослідження щодо питань підприємницьких ініціатив, щоб проаналізувати тенденції та можливості, що висвітлені в публікаціях І. В. Кривов'язюк, Н. В. Кухарук, Р. М. Стрільчук [1] – в системі факторів розвитку інноваційної активності в регіоні; І. В. Тарновська, В. Я. Власова [2] – як спосіб забезпечення зайнятості ветеранів АТО/ООС щодо розвитку бізнесу в регіоні. До числа науковців, які в різні періоди досліджували поняття підприємець, слід віднести Р. Кантільйона [3], А. Сміта [4], Й. Шумпетера [5], П. Друкера [6], К.Веспера [7] та ін.

Підприємництво постає як стартап, який привертає увагу лише його суб'єктів, а не всіх учасників ринку. Суб'єктами є юридичні та фізичні особи – підприємці, метою яких є отримання прибутку від виробництва та реалізації продукції, проектів та послуг.

Підприємництво забезпечує баланс між попитом і пропозицією на ринку товарів і послуг, створює робочі місця, стимулює економічну ініціативу учасників ринку, раціонально використовує обмежені ресурси для задоволення необмежених потреб, вирішує багато економічних і соціальних проблем.

Будь-яка підприємницька діяльність ґрунтується на підприємницькій ініціативі. Підприємницька ініціатива - прагнення підприємця до самоорганізації, розвитку каналів збуту та виробництва, використання внутрішніх особистих резервів та останніх наукових досягнень. Підприємницька ініціатива є непомітним і потужним чинником розвитку бізнесу в регіоні. Метою підприємницьких ініціатив є підвищення мобільності виробництва та конкурентоспроможності товарів. Обмежень щодо методів і засобів реалізації підприємницького плану немає.

Події війни майже не розкривались в наукових дослідженнях, адже увага акцентована на іншому, та сьогоdnішні умови вимагають визначити напрямки розвитку підприємницьких ініціатив, можуть стати мотивацією для практиків, науковців для роботи над наступною плеядою досліджень підприємницьких ініціатив для підтримки розвитку бізнесу в кожному регіоні. Тому нами виокремлено той сектор в наукових дослідженнях, який є науково-популярним і не заповненим в сучасних турбулентних умовах і стосується особливостей розвитку бізнесу в регіоні.

Гнучкість підприємницьких ініціатив в змінному середовищі яскраво проявляється через відносини між стейкхолдерами – зацікавленими сторонами.

Розвиток бізнесу в регіоні має відігравати ключову роль, адже з одного боку він є джерелом наповнення місцевих бюджетів, а з іншого боку – виконує функцію соціальної відповідальності. Реалізація підприємницьких ініціатив вимагає підтримки зі сторони держави через створення сприятливого нормативно-правового регулювання ділового клімату.

Реалізація підприємницької ініціативи вимагає оцінки вашого бізнес-плану і є обов'язковою, якщо ви хочете уникнути неефективного використання ресурсів і втрат грошей. Це робиться для того, щоб дати підприємцю уявлення про те, чи втратить він гроші на інвестиціях, і щоб компенсувати очікувану віддачу від вкладених в проект ресурсів і, можливо, відмовитися від інших потенційних варіантів інвестування.

Крім того, оцінюється ефективність бізнес-ініціатив не тільки для визначення потенціалу проекту, а й для вибору з кількох варіантів, а також для встановлення плану послідовності для кількох ініціатив.

Крім мінімізації витрат коштів, підприємницька ініціатива має мету отримання прибутку та гарантій. В умовах війни, український бізнес взяв на себе роль активного учасника, діяльність якого флексибілізується під натиском суперечностей, між отриманням фінансової вигоди та гарантією безпеки.

Постановка завдання. Нестабільна ситуація, пов'язана з військовою агресією поставила під сумнів систему взаємовигідного співробітництва приватного та державного секторів економіки із можливістю залучення третіх осіб, яка сформована на розподілі ризиків між приватним та державним секторами.

Спочатку потрібно визначити, хто такий підприємець, чим він займається і як веде цю діяльність.

Метою статті є проаналізувати стан розвитку бізнесу в регіоні з урахуванням воєнного стану та флексибілізації підприємницьких ініціатив.

Незважаючи на достатній обсяг наукових розробок, підприємницька ініціатива вимагає критичного аналізу наукових публікацій для встановлення трендів та виявлення фактів перешкод відновлення бізнесу. Оскільки генератором ініціатив є підприємець, потребує уточнення даного терміну на основі наявних визначень.

Враховуючи військовий стан в регіонах, пріоритетними векторами розвитку бізнесу мають стати:

- активізація конкурсів для виявлення креативних ідей;
- обрання найкращих ініціатив;
- реалізація соціально-економічного розвитку;

створення умов безпеки.

При вирішенні поставлених завдань нами використано ряд методів дослідження: методи аналізу – виокремлено приклади реалізації підприємницьких ініціатив в регіоні, синтезу – поєднання факторів, що перешкоджають розвитку бізнесу, порівняння – визначення терміну «підприємець».

Результати. Підприємницька ініціатива є чинником розвитку бізнесу, яка враховує регіональні особливості. Військові події, що почалися в Україні з 24 лютого 2022 р. внесли зміни в соціально-економічний розвиток країни.

Стаття 42 Господарського кодексу України (ГКУ) встановлює, що «Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку» [8].

Тому підприємництво здійснюється системно, а не все відразу. Крім того, ця діяльність здійснюється на засадах приватної власності, тобто за Ваш власний рахунок, за Вашу власну ініціативу та на Ваш власний ризик.

Будь-яка підприємницька діяльність ґрунтується на підприємницькій ініціативі. Підприємницька ініціатива – це прагнення підприємця до самоорганізації, розвитку каналів збуту та виробництва, використання внутрішніх особистих резервів та останніх наукових досягнень. Підприємницька ініціатива є непомітним і потужним чинником розвитку бізнесу в регіоні. Метою підприємницьких ініціатив є підвищення мобільності виробництва та конкурентоспроможності товарів. Немає обмежень щодо методів і засобів реалізації підприємницького плану.

Спочатку проаналізуємо визначення терміну «підприємець», щоб визначитись чим він займається та як веде дану діяльність (табл.1).

Таблиця 1

Основні визначення терміну «підприємець»

Table 1

Basic definitions of the term "entrepreneur"

№ пп	Запропоноване визначення	Ім'я та прізвище дослідника	Рік
1.	Підприємець – це власник, що бере на себе ризик своєї господарської діяльності.	Річард Кантільйон	1725
2.	Підприємець – власник підприємства. Мета підприємницької діяльності – отримання підприємницького доходу.	Адам Сміт	1768
3.	Підприємець – це особистість з яскраво вираженими новаторськими діловими здібностями, що реалізуються в оригінальних, нетрадиційних проєктах, відмінних від наявних комерційних.	Йозеф Шумпетер	1934
4.	Підприємець завжди в пошуках змін, він використовує будь-яку можливість із максимальним зиском.	Пітер Друкер	1964
5.	Підприємець це той, хто поєднує кошти, працю, матеріал... таким чином, щоб їх сукупна вартість зростала. При цьому підприємець вносить зміни, запроваджує інновації і змінює заведений порядок.	Карл Веспер	1980

Складено на основі джерел [3-7]

Можна підсумувати, доповнити і дати власне визначення: «Підприємець – це творча людина, що має ініціативу, яка націлена найефективніше використовувати задіяні в бізнесі ресурси (матеріальні, трудові, фінансові, інтелектуальні, інформаційні тощо) і готова ризикувати для організації виробництва та збуту товарів або послуг необхідних суспільству, щоб максимально задовольняти потреби споживачів для досягнення власної мети – отримання прибутку».

Самореалізація підприємців – це отримання задоволення від своєї діяльності, а також впровадження нових ідей та впровадження наукових розробок. Підприємець під час своєї діяльності повинен передбачити можливість втрати або навіть банкрутства, оскільки повністю запобігти ризикам неможливо.

Важливі якості психологічного профілю підприємця:

- 1) інтелект: здібності, розвинена уява, реальна уява, розвинена інтуїція, перспективне мислення;
- 2) навички спілкування: здібності та бажання «йти вгору», переконувати та налагоджувати зв'язки;
- 3) мотивація та воля: ризикованість, відповідальність, бажання боротися та перемагати, потреба в самореалізації та суспільному визнанні, виразність мотивації до успіху;
- 4) здоров'я, невичерпна енергія, позитивне мислення та оптимізм;
- 5) пошук можливостей і ініціативність;
- 6) наполегливість, цілеспрямованість, незалежність і впевненість у собі.

Підприємницька ініціатива відіграє важливу роль у формуванні бізнес-середовища. Ініціативність – це особистісна риса, що характеризується вміннями: висувати нові ідеї та пропозиції й розпочати власну справу.

Основою підприємництва є підприємницька ініціатива, яка є частиною економічної ініціативи і має на увазі сукупність ідей фізичних осіб, трудових колективів та інших суб'єктів господарювання щодо демонстрації, поширення та реальної реалізації обґрунтованих пропозицій, нових ідей, проектів покращення бізнесу, вдосконалення економічних відносин та управління ними. Підприємницькі ініціативи породжують нові ідеї, спеціальності, форми взаємодії з контрагентами, методи захисту соціально-трудова відносин тощо.

Важке сьогодні змушує людей генерувати все нові й нові ідеї для ведення бізнесу, для отримання прибутку. Початковим напрямком була ветеранська підприємницька ініціатива G2VEI. Така програма буде корисною для учасників бойових дій, інвалідів війни, ветеранів, сімей загиблих ветеранів, сімей ветеранів, жертв Революції Гідності.

Хорошим прикладом такого підприємницького плану є Pizza Veterano.

Pizza Veterano є частиною великої мережі. Перший такий заклад Леонід Остальцев відкрив у Києві у 2016 році. Тоді Леонід повернувся з фронту і зрозумів, що ветеранам важко знайти роботу, тому у нього виникла геніальна ідея — почати власну справу. В результаті ветерани отримують нові робочі місця, а згодом і можливості для відкриття власного бізнесу та розвитку підприємства. Програма надає соціально-психологічну підтримку людям, які повертаються із зон бойових дій через спілкування з великою кількістю колег, співробітників та прямий контакт з відвідувачами піцерії.

Спочатку ініціатор думав, що працювати в піцерії зможуть тільки він і його побратим Рафаїл Агаєв, а вже через 2-3 місяці вони зможуть найняти ще одного співробітника. Але, отримавши велику підтримку від відвідувачів, за 30 робочих днів їхня команда зросла до 5 чоловік і щоразу зростає.

Підприємницька ініціатива полягає в тому, щоб допомогти розмістити та підтримати ветеранів, а також реалізувати потенціал військових, щоб повернутися з війни.

Спочатку тільки старі друзі Леонід і Рафаель володіли навичками приготування піци, але всього за кілька тижнів вся команда Veterano Pizza була вправно поставлена на роботу, якісно виконуючи свої обов'язки, проводячи майстер-класи з усіх видів піци, швидко розміщення замовлень, не зупиняючись на безперервному вдосконаленні їхніх навичок.

Цікавою ідеєю є майстер-класи для дітей: ветерани вчать та допомагають дітям приготувати власну піцу, підказують які інгредієнти та в якому порядку викладати, а взамін отримують позитивні емоції та велику кількість маленьких прихильників.

У 2016 році промоутери передбачили франшизу, умови та правила якої здебільшого відповідають стандартам Veterano Pizza, що принаймні 50% персоналу повинні бути учасниками бойових дій і очолюватися тими, хто бере участь у бойових діях.

Ресторан Veterano Pizza нещодавно відкрився в тестовому режимі на площі Міцкевича в Івано-Франківську. Ярослав Вакалюк та його колеги з Волонтерської команди «Азов» Владислав Жакун відкривають у Франківську піцерію. Ця піцерія також є соціальним проектом: тут можна «повісити» піци, які згодом передадуть донорам крові. Також агентство планує співпрацювати з військовим госпіталем. Для ветеранів та патрульних надаються знижки.

Місцева піца ближча до неаполітанської – тонке тісто, майже ідеально кругле, багато моцарели, приготованого в електричній духовці. Весь процес приготування займає 5-7 хвилин.

У меню 16 піц: від класичної піци з шинкою та грибами до смачної провансальської піци з вершковою куркою та горгонзолою. Є навіть екзотичне манго чилі чи суперечлива, але смачна піца з куркою та ананасом.

В меню є піца «Одуванчик», бо в Леоніда Остальцева був такий позивний на фронті. Піца «Для Буслаєва» присвячена його бойовому побратиму, який загинув. Він дуже любив парму, і в пам'ять про нього Леонід зробив цей рецепт.

Також є веганська піца без яєць або продуктів тваринного походження. Можна замовити піцу «половинку»: тобто зібрати на одній піці два різних смаки.

Ресторан має власну службу доставки, замовити піцу можна на сайті або по телефону. Або ви можете замовити безпосередньо на сайті [9].

Близько двох місяців тому під час бойових дій у Маріуполі загинув співзасновник Veterano Pizza Рафаель Агаєв, співробітник ООС, який працював в морській піхоті України.

Підприємницька ініціатива – це можливість реалізувати свої ідеї, амбіції, керувати бізнесом (керувати, розвиватися, залучати нових партнерів, продавати свій бізнес) і, у свій час, насолоджуватися успіхом власного бізнесу.

Як і будь-який інший творчий процес, поява нових бізнес-ідей неможливо запрограмувати. Однак бізнес-ідея, як і будь-яка конструктивна ідея, прийде в голову тим, хто її шукає і думає.

У нинішньому стані воєнного стану дуже важливими є зібрання підприємців та перспектива пошуку діяльності для розвитку.

Таким чином, підприємницька ініціатива є фактором розвитку власного бізнесу шляхом використання необхідних якостей підприємця та наявності певних ресурсів для впровадження та реалізації нових ідей та можливостей, які при взаємному використанні дають змогу реалізувати позитивні економічні ідеї, зосереджені на ефективність та реалізацію, ціну та/або якість.

Можна зробити висновок, що розвиток підприємництва в регіоні є важливим чинником збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції, формування технологічної та технологічної бази регіону, його інвестиційної привабливості, збільшення зайнятості, розвитку бізнесу в регіоні, регіональної підтримки, інвестиційної привабливості.

Переміщення населення з метою безпеки з одних регіонів в інші супроводжується невизначеністю, панікою, зміною споживчої поведінки. Найбільше відреагував ринок нерухомості в сегменті оренди житла: зростання кількості внутрішньо-переміщених осіб (ВПО), при незмінній пропозиції, зумовило зростання ціни у 2-3 рази у Західному регіоні. Розвиток підприємницьких ініціатив стосується створення місць для тимчасового перебування осіб – шелтерів.

Протягом довгих місяців карантину заклик залишатися вдома так часто лунав, що став нейтральним повідомленням, яке стало частиною контексту повідомлення. І навпаки, бажання залишатися в безпеці не виражається ізольовано – чітко пам'ятаючи, що дім – це безпечне місце. Звичайно, це не так у багатьох випадках: якщо над людиною знушаються вдома; якщо її переслідує влада за активність; якщо батьків принижують через гендерну ідентичність чи сексуальну орієнтацію; якщо будинок знаходиться в зона бойових дій; якщо будинку взагалі немає. Усім цим людям потрібен притулок – де можна пожити деякий час і отримати кваліфіковану допомогу та захист.

Ознаки, що роблять притулок шелтером:

- 1) у складних ситуаціях можна швидко і легко дістатися;
- 2) вони безкоштовні або неприбуткові;
- 3) можна проживати тимчасово від кількох днів до 6 місяців;
- 4) надають комплексну допомогу: психологічну, медичну, юридичну.

Враховуючи, військовий стан та його продовження, констатуємо зростання попиту на товари для Збройних Сил України (ЗСУ), більшість яких можна придбати лише за межами нашої держави та в іноземній валюті. Інстинкт до збереження заощаджень має наслідок зростання попиту на іноземну валюту, і відповідно підштовхує до знецінення національної валюти, зокрема у перші тижні війни на чорному ринку 1 долар можна було придбати майже за 40 грн.

«Національний банк відреагував на введення воєнного стану в Україні жорсткими обмеженнями: купівля валюти на міжбанку чи її видача в касі банку забороняється, зняття готівки в гривні – до 100 тис. грн. на день. Офіційний валютний курс заморожено» [10].

Наступним чинником, який впливає на стимулювання розвитку бізнесу в регіоні є облікова ставка НБУ, яку вдалось втримати на рівні 10 % [11]. Проте, з метою збереження гривневих депозитів та доходів громадян й стримування інфляції під час війни ухвалено рішення підвищення облікової ставки до 25 % з 03.06.2022 р.

Ціни на паливо, як один із складників витрат на виробництво підштовхнув зростання цін практично на всі товари. Тому важливим є результати опитування щодо стану і потреб бізнесу воєнного часу. Більшість підприємств активно бере участь у боротьбі за незалежність: 93,4% - брали участь у допомозі країні під час війни. Близько 70% безпосередньо займаються волонтерством. Приблизно 50% підприємств зазнають краху. Проте 4,5% підприємств знайшли можливість збільшити оборот у порівнянні з довоєнним періодом.

Близько 85 мільярдів доларів – загальні прямі збитки бізнесу за три місяці війни. 19% змушені були переїхати. Загальна кількість звільнених працівників, що працювали на підприємствах малого і середнього бізнесу перевищує 1 млн.

Однак бізнес почав швидко пристосовуватися до натиску війни: 33,4% адаптували та розробили стратегію дій; 50,5% - у процесі рефлексії та інтуїтивного управління.

Лише 11,1% вважають, що немає сенсу розробляти бізнес-стратегію, план розвитку бізнесу, який би враховував нову реальність. 43,6% зосередилися на розвитку експорту.

41% компаній вважають пошук фінансування головним пріоритетом і на сьогодні загальна потреба в капіталі малих та середніх підприємств становить 73 мільярди доларів США. Опитування проводилось з 25.05 по 10.06.2022. Всього проаналізовано 877 власників та CEO бізнесів.

У разі доступності фінансових ресурсів для реалізації стратегій розвитку «бізнес зможе заплатити до бюджету стільки ж та навіть трохи більше, ніж планував на 2022 рік до 24.02.2022 р.» [12].

Фактори, що перешкоджають відновленню бізнесу: зростають масштаби незадоволених потреб у ресурсах розвитку.

Респонденти вибрали серед варіантів 7 головних перешкод. Їхня оцінка:

Відсутність достатньої кількості клієнтів з обслуговування боргу на внутрішньому ринку - 62%.

Непередбачуваність ситуації в Україні та внутрішньому ринку - 48%.

Відсутність достатніх коштів - 43%.

Непередбачувана поведінка в країнах, яка може погіршити умови бізнесу - 29%.

Недоступність кредитних коштів, особливо програм «5-7-9», 0% позик тощо - 28%.

Порушення ланцюга поставок - 26%.

Неефективна, тривала, дорога логістика - 23%.

Пандемія розширила офіси та знайшла співробітників по всьому світу. Ми часто боїмося покинути свою країну, боячись не знати мови та культури наших іноземних колег. Реалізація підприємницьких ініціатив вимагає нових шляхів, які можна знайти, найнявши команду місцевих жителів, що будуть лідерами у налагодженні комунікацій для майбутніх заходів. Спосіб, який працює на їх території, не працює в інших місцях, інших містах і країнах. Досвід показує, що токсичних клієнтів слід уникати. Проблемні клієнти – це ті, хто говорить правду, дозволяючи їм виправляти та покращувати бізнес. Токсичний деградує та витягує всю енергію та силу співпраці. Ця операція забирає час і не дозволяє використати можливість. Людина негативно реагує на нову можливість, оскільки бачить нову роботу. 75% навантаження власників і менеджерів дозволить ще 25% часу і ресурсів приділяти розвитку та новим векторам.

Висновки. Підприємницьку ініціативу не можна розглядати як панацею для розвитку бізнесу на регіональному рівні, проте органи влади на місцях можуть оцінити та запровадити різні конкурси для виявлення креативних ідей. Обрання найкращих ініціатив дозволить дати шанс для їх реалізації з метою соціально-економічного розвитку та створення умов безпеки для окремих регіонів.

Україна легко пристосувалась до активного використання підприємницьких ініціатив. Важливими критеріями для ствердження необхідної моделі розвитку бізнесу в регіоні є обрання найкращих ініціатив й можливість залучення донорських коштів. Підприємницька ініціатива якісно вдосконалить конкурентоспроможність бізнесу враховуючи зацікавленість усіх стейкхолдерів в турбулентному середовищі.

1. Кривов'язюк І. В., Н. В. Кухарук, Р. М. Стрільчук. Підприємницька ініціатива в системі факторів розвитку інноваційної активності в регіоні. *Економічні науки. Серія Регіональна економіка*. 2018. №15 (59). С.137-147.
2. Гарновська І. В., Власова В.Я. Активізація підприємницької ініціативи як спосіб забезпечення зайнятості ветеранів АТО/ООС: українська практика та світовий досвід. *Проблеми економіки*. 2021. №4. С. 203-209.
3. Cantillon R. Essai sur la Nature du Commerce en General, edited with an English translation and other material by Henry Higgs, C.B. Reissued for The Royal Economic Society by Frank Cass and Co., LTD.

- London, 1959. URL: <http://oll.libertyfund.org/titles/cantillon-essai-surla-nature-du-commerce-en-general-7> (дата звернення 06.05.2022 р.).
4. Сміт А. Дослідження про природу та причини багатства народів. 2007. 960 с.
 5. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку (Дослідження підприємницького прибутку, капіталу, кредиту, відсотка та циклу кон'юнктури), 1982. 455 с.
 6. Друкер П. Ринок: як увійти до лідерів. Практика та принципи. 1992. 351 с.
 7. Vesper K. H. *New venture strategies*. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall, 1989.
 8. Господарський кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення 05.05.2022 р.).
 9. Ветеранська піца і добрі справи. Як працює Veterano Pizza у Франківську URL: <https://kufer.media/gajdy/veteranska-pitsa-i-dobri-spravy-yak-pratsyuye-veterano-pizza-u-frankivsku/> (дата звернення 07.05.2022 р.).
 10. НБУ екстрено обмежив зняття готівки та заборонив видачу валюти URL: <https://finclub.net/ua/news/nbu-ekstreno-obmezhyv-zniattia-hotivky-ta-zaboronyv-vydachu-valiuty.html> (дата звернення 05.05.2022 р.).
 11. Облікова ставка НБУ URL: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/stages/archive-rish> (дата звернення 06.05.2022 р.).
 12. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування URL: <https://cid.center/the-state-and-needs-of-business-in-wartime-survey-results/> (дата звернення 21.05.2022 р.).

References

1. Kryvoviazziuk I. V., N. V. Kukharuk, R. M. Strilchuk. Entrepreneurial initiative in the system of factors for the development of innovation in the region. *Economic sciences. Regional Economy Series*. 15 (59) (2018): 137-147.
2. Tarnovska, I. V., and V. Ia.Vlasova. "Activation of entrepreneurial initiative as a way to ensure employment of ATO / OOS veterans: Ukrainian practice and world experience." *Problems of the economy no. 4*, 2021, pp. 203-209.
3. Cantillon R. *Essai sur la Nature du Commerce en General*. London, 1959. [oll.libertyfund, oll.libertyfund.org/titles/cantillon-essai-surla-nature-du-commerce-en-general-7](http://oll.libertyfund.org/titles/cantillon-essai-surla-nature-du-commerce-en-general-7) Accessed 06 May 2022.
4. Smit, A. *Research on the nature and causes of the wealth of nations*. 2007.
5. Shumpeter, Y. *Theory of economic development (Study of entrepreneurial profit, capital, credit, interest and business cycle)*, 1982.
6. Druker, P. *Market: how to enter the leaders. Practice and principles*. 1992.
7. Vesper, K. H. *New venture strategies*. Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall, 1989.
8. Economic Code of Ukraine. The Verkhovna rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15. Accessed 5 May 2022.
9. "Veteran pizza and good deeds. How Veterano Pizza works in Frankivsk." Kufer, kufer.media/gajdy/veteranska-pitsa-i-dobri-spravy-yak-pratsyuye-veterano-pizza-u-frankivsku/ Accessed 07 May 2022.
10. "NBU urgently restricts cash withdrawals and bans currency issuance." Finclub, finclub.net/ua/news/nbu-ekstreno-obmezhyv-zniattia-hotivky-ta-zaboronyv-vydachu-valiuty.html Accessed 05 May 2022.
11. "NBU discount rate." The National Bank of Ukraine, bank.gov.ua/ua/monetary/stages/archive-rish Accessed 05 May 2022.
12. "The state and needs of business in wartime: the results of the survey." Cid.center, cid.center/the-state-and-needs-of-business-in-wartime-survey-results/ Accessed 21 May 2022.

УДК 330.342:659.441

doi: 10.15330/apred.2.18.95-103

Боришкевич І. І.¹, П'ятничук І. Д.²

ПЛАНУВАННЯ PR-КАМПАНІЇ НА ПРИКЛАДІ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

¹Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра управління та бізнес-адміністрування,
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,
76000, Україна,
тел.: +38 (095) 867 84 11,
e-mail: iryna.boryshkevych@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-7508-6556

²Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра управління та бізнес-адміністрування,
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,
76000, Україна,
тел.: +38 (099) 321 75 71,
e-mail: iryna.piatnychuk@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0003-2876-6422

Анотація. PR являє собою багатопланову діяльність із досягнення цілей, незалежно від галузі. Необхідним є виокремлення цінності PR через призму суспільної думки, що становить предмет вивчення й аналіз PR-менеджменту. Саме громадська думка дає можливість перейти до діалогу у суспільних відносинах та різних економічних структурах. Адже у демократичному суспільстві неможливі будь-які суттєві зміни без вивчення громадської думки й погодження з громадянським суспільством. PR також включає у себе імідж, репутацію та бренд. У статті розглянуто теоретичні засади зв'язків з громадськістю. Наведено алгоритм планування та реалізації PR-кампанії через формулу RACE: research, action, communication та evaluation. Висвітлено етапи планування PR-кампанії, до яких віднесено: постановку проблеми, мету та завдання здійснення PR-кампанії, визначення цільової аудиторії, вибір каналів комунікації та їх тестування, формування плану заходів та оцінку ефективності реалізованої PR-кампанії. Здійснено планування PR-кампанії на прикладі громадської організації «Школа бізнесу і менеджменту». Встановлено проблему, яку потрібно вирішити, визначено мету, завдання та цільову аудиторію. До основних каналів комунікації було віднесено: просування через офіційний сайт громадської організації «Школа бізнесу і менеджменту», поширення інформації у соціальних мережах (Facebook та Instagram) та проведення тематичних івентів. За результатами здійсненого бенчмаркінгу конкурентоздатності, було запропоновано нову структуру офіційного сайту освітньої громадської організації. Досліджено особливості SMM просування, переваги використання таргетованої реклами та використання Інтернету в PR. Розроблено контент-план публікацій для досліджуваної громадської організації. Запропоновано проводити івенти для громадської організації «Школа бізнесу і менеджменту» у вигляді відкритих тренінгів чи вебінарів. Івент-менеджмент сприяє просуванню послуг організації та забезпечує підвищення її впізнаваності.

Ключові слова: зв'язки з громадськістю, PR-менеджмент, PR-кампанія, івент, івент-менеджмент, імідж, SMM, контент-план, громадська організація.

PR-CAMPAIGN PLANNING ON THE EXAMPLE OF A NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATION

¹Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Management and Business Administration,
Shevchenka str., 57, Ivano-Frankivsk,
76000, Ukraine,
tel.: +38 (095) 867 84 11,
e-mail: iryna.boryshkevych@pnu.edu.ua,
ORCID_ID: 0000-0001-7508-6556

²Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Management and Business Administration,
Shevchenka str., 57, Ivano-Frankivsk,
76000, Ukraine,
tel.: +38 (099) 321 75 71,
e-mail: iryna.piatnychuk@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0003-2876-6422

Abstract. PR is a multifaceted activity to achieve goals, regardless of industry. It is necessary to highlight the value of PR through the prism of public opinion, which is the subject of study and analysis of PR management. It is public opinion that provides an opportunity to move to dialogue in public relations and various economic structures. After all, in a democratic society, no significant changes are possible without studying public opinion and agreeing with civil society. PR also includes image, reputation and brand. The article discusses the theoretical foundations of public relations. The algorithm of planning and implementation of PR-campaign through the RACE formula: research, action, communication and evaluation is given. The stages of PR-campaign planning are covered, which include: setting the problem, goals and objectives of the PR-campaign, defining the target audience, selecting communication channels and testing, forming an action plan and evaluating the effectiveness of the PR-campaign. The PR-campaign was planned on the example of the non-governmental organization “School of Business and Management”. The problem to be solved is defined, the purpose, tasks and target audience are defined. The main channels of communication included: promotion through the official website of the non-governmental organization “School of Business and Management”, dissemination of information on social networks (Facebook and Instagram) and thematic events. Based on the results of the competitiveness benchmarking, a new structure of the official website of the educational public organization was proposed. The peculiarities of SMM promotion, the advantages of using targeted advertising and the use of the Internet in PR are studied. A content plan of publications for the researched non-governmental organization has been developed. It is proposed to hold events for the non-governmental organization “School of Business and Management” in the form of open trainings or webinars. Event management promotes the organization’s services and increases its recognizability.

Key words: public relations, PR management, PR campaign, event, event management, image, SMM, content plan, non-governmental organization.

Вступ. У сучасних умовах громадські організації для того, щоб підвищити результати своєї діяльності та покращити власний імідж, репутацію та довіру зі сторони громадськості, повинні особливу увагу приділяти PR-менеджменту. PR-менеджмент є невід’ємною складовою управлінської діяльності, основним завданням якої є формування позитивної думки про організацію зі сторони усіх стейкхолдерів. Як зазначає О. Г. Дерев’янюк, public relations (PR) являє собою «управління сприйняттям певного продукту, послуги, організації чи особи, задля формування цільового враження

про них» [1, с. 424]. Результатом PR є відповідна поведінка організації та її розуміння громадськістю. Як відкрита система, вона передбачає розв'язання існуючих PR-проблем в організації та включає такі елементи процесу управління: визначення проблеми, планування та програмування, дії та комунікацію, а також оцінку проведених заходів. Серед основних завдань, які вирішує PR-менеджмент можна виокремити наступні: налагодження та підтримка довгострокових відносин із партнерами; інформування усіх зацікавлених осіб про існування організації та її діяльність; підтримання вже існуючого іміджу та репутації організації та її працівників; налагодження співпраці із державними та місцевими органами влади; створення позитивного бренду роботодавця; усунення проблем, що можуть виникнути із вини організації тощо [2, с. 161]. Можна сказати, що довгостроковий успіх організації та зростання її конкурентоспроможності неможливо передбачити без зв'язків з громадськістю. Вони відіграють ключову роль при формуванні корпоративного іміджу, підвищенні впізнаваності організації, підтримці розробленої маркетингової стратегії та розв'язанні проблем у кризові періоди.

Постановка завдання. У більшості керівників вітчизняних організацій тільки зароджується розуміння того, що управляти потрібно не лише фінансами, персоналом, маркетингом, але й зовнішніми зв'язками організації, її іміджем, який по-різному інтерпретують різні стейкхолдери. Імідж організації найчастіше розуміють як певний образ у свідомості зацікавлених сторін [3, с. 80]. Основною метою іміджу є також нарощення конкурентних переваг, залучення інвестицій, налагодження і розширення партнерських зв'язків [4, с. 52]. Однією з найважливіших складових формування позитивного іміджу є правильно організований PR-менеджмент, що передбачає реалізацію певного комплексу PR-заходів. Метою статті є планування PR-кампанії на прикладі громадської організації «Школа бізнесу і менеджменту». Методичними засадами наукового дослідження є наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, логічно-теоретичний метод, методи узагальнення, групування, а також ситуаційний, системний та графічний.

Результати. PR зазвичай реалізується в рамках трьох чітко визначених організаційних установок: державного чи урядового сектору, приватного чи бізнес-сектору та соціального некомерційного сектору. Проте, за останні десятиліття межі між зазначеними секторами стерлися і з'явилися нові ініціативи та виклики [5, с. 955]. Більшість досліджень у сфері зв'язків з громадськістю виступають за посилення зв'язків між організацією та громадськістю [6, с. 152]. У широкому розумінні зв'язки з громадськістю (public relations) являють собою діяльність, що спрямована на досягнення згоди та взаєморозуміння між людьми, соціальними групами, державами шляхом цілеспрямованого створення та управління громадською думкою. У вузькому розумінні PR є систематичною діяльністю організації, що спрямована на формування думок та переконань різних цільових груп до її діяльності, послуг та окремих дій [7, с. 27]. Ефективність PR полягає в чітко продуманій та комплексній PR-кампанії, де кожному заходу приділяється окреме місце, а всі вони працюють на досягнення спільної мети. Кожна PR-кампанія є унікальною, проте алгоритм її формування та реалізації можна розкрити через формулу RACE [2, с. 161]:

1. Research. З метою постановки цілей та завдань PR-кампанії важливими є збір інформації та аналітика.

2. Action. На наступному кроці формується стратегія, ставляться цілі та завдання, що включають медіа планування і бюджетування.

3. Communication. Здійснення комунікації із цільовими групами, втілення програми, моніторинг із внесенням, за необхідності, певних змін.

4. Evaluation. Полягає в оцінці відповідно до критеріїв ефективності й формування

звітності за результатами впровадження PR-кампанії.

В залежності від специфіки та характеру реалізації PR-кампанії, їх поділяють на [8, с. 37]:

- 1) мас-медійні (основним інструментом є засоби масової інформації);
- 2) публічно-масові (основним інструментом є івенти);
- 3) змішаного типу (основними інструментами є як засоби масової інформації, так й івенти).

Узагальнений алгоритм планування PR-кампанії можна відобразити через реалізацію наступних етапів:

1. Постановка проблеми, яку потрібно вирішити.
2. Мета та завдання здійснення PR-кампанії.
3. Визначення цільової аудиторії.
4. Вибір каналів комунікації та їх тестування.
5. Формування плану заходів.
6. Оцінка ефективності реалізованої PR-кампанії.

Об'єктом нашого дослідження була ГО «Школа бізнесу і менеджменту», що є осередком формування успішних керівників та лідерів. Айдентика громадської організації вирізняється яскравим логотипом та креативним шрифтом, що сприяє швидкій впізнаваності та ідентифікації організації. В основі досліджуваної освітньої громадської організації реалізується принцип «3L» (Life – Long – Learning), тобто навчання протягом усього життя. Важливою перевагою такої концепції є можливість навчатись усім поколінням: від старшого до молодшого, і навчатись безперервно. Програми для дорослих, підприємців, керівників, студентів та інших слухачів ГО «Школа бізнесу і менеджменту» розробляються, виходячи із розуміння сучасних трансформаційних процесів та світової глобалізації, а також з використанням інноваційних освітніх технологій.

У сучасному світі важливим підґрунтям для формування позитивного ставлення до будь-якої організації є наявність у неї сформованої візії, місії та цінностей. ГО «Школа бізнесу і менеджменту» має сформовану візію, місію, мету та шлях розвитку (рис. 1).

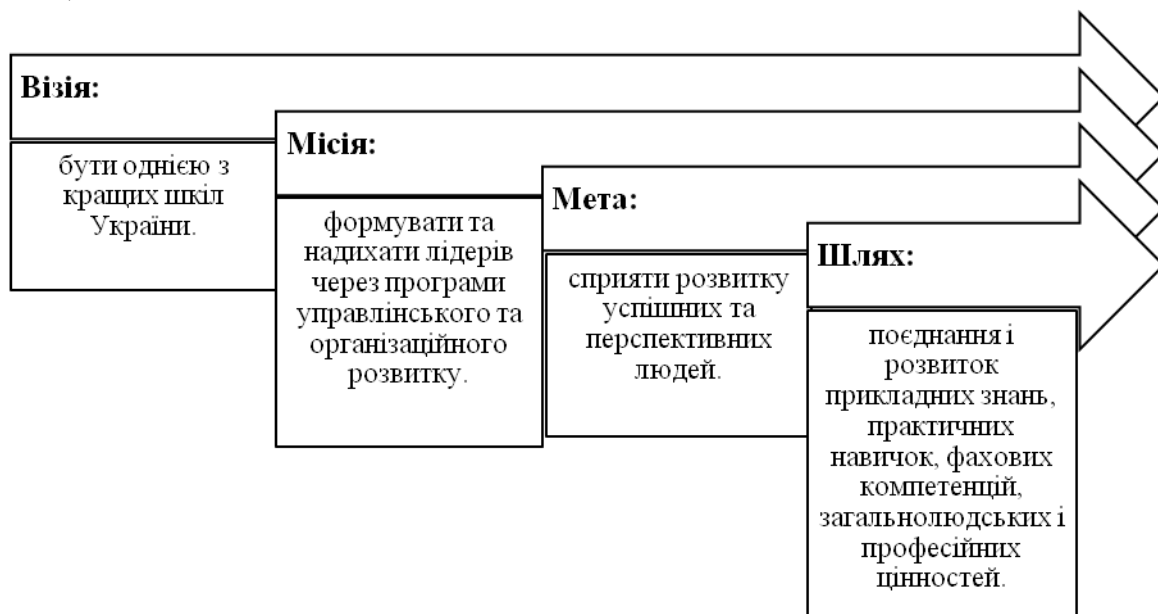


Рис. 1. Візія, місія, мета та шлях ГО «Школа бізнесу і менеджменту»*
Fig. 1. Vision, mission, goal and path of the NGO “School of Business and Management”*

*Джерело: узагальнено авторами на основі [9].

Цінностями досліджуваної громадської організації є: інноваційність, гнучкість, креативність, партнерство, відповідальність, глобальна перспектива, свобода та цілісність. Серед основних принципів роботи ГО «Школа бізнесу і менеджменту» слід виокремити наступні: професіоналізм, висока якість надання послуг, надійність, швидкість, точність, об'єктивність та актуальність поданої інформації. Фахівці та запрошені спікери освітньої громадської організації використовують сучасні методи викладання, а саме: презентації, кейс-стаді, ігровий метод, дискусії, роботу у групах, дослідницький метод, метод моделювання та інші. Окрім того, працівники організації завжди враховують та прислухаються до рекомендацій слухачів. Зокрема, після кожного тренінгу чи курсу проводяться опитування щодо якості навчання, дотримання усіх цінностей та рівня досягнення поставлених результатів. Це дозволяє також постійно працювати над існуючими слабкими сторонами, перетворюючи їх на сильні.

Нами було здійснено планування PR-кампанії для ГО «Школа бізнесу і менеджменту».

Проблемою, яку потрібно вирішити, було визначено низьку впізнаваність ГО «Школа бізнесу і менеджменту». Відповідно метою проведення PR-кампанії було визначено: підвищення впізнаваності ГО «Школа бізнесу і менеджменту» та залучення більшої кількості учасників. Серед завдань було виокремлено такі:

1. Підвищити впізнаваність та довіру людей до громадської організації та послуг, які вона надає.

2. Збільшити інтерес молоді до вивчення ключових soft skills в управлінській діяльності та підвищення їх обізнаності.

Ключовою цільовою аудиторією, що була визначена для реалізації обраної PR-кампанії є: молодь віком від 18 до 30 років.

Серед основних каналів комунікації було виокремлено: просування через офіційний сайт ГО «Школа бізнесу і менеджменту», поширення інформації у соціальних мережах (Facebook та Instagram) та проведення тематичних івентів.

Просування через офіційний сайт. Здійснений бенчмаркінг конкурентоздатності на базі бізнес-школи Українського католицького університету (LvBS), дав можливість зрозуміти, що для якісного поширення інформації, офіційний сайт ГО «Школа бізнесу і менеджменту» потребує удосконалення. Була запропонована нова структура офіційного сайту, що включає наступні закладки: «SBM», «Навчання», «Блог», «Календар», «Alumni» та «Крамниця».

У закладці «SBM» нами запропоновано додати блоки: «Про нас» та «Команда». У блоці «Про нас» навести коротку інформацію про історію виникнення освітньої громадської організації, зазначити візію, місію, цінності, основну мету та шлях. У блоці «Команда» навести інформацію про фундаторів організації, її штатних працівників та усіх запрошених спікерів.

У закладці «Навчання» запропоновано додати блоки: «Програма MBA» та «Програми управлінського росту». У кожному із цих блоків розписати інформацію про умови навчання, тривалість та майбутні результати.

У закладці «Блог» передбачена публікація систематичних цікавих та актуальних статей про життя ГО «Школа бізнесу і менеджменту», світ бізнесу, майбутні тенденції, сучасні інструменти управління тощо. Закладка «Календар» передбачає публікацію усіх майбутніх актуальних подій у хронологічному порядку для зручності їх відстеження. У закладці «Alumni» запропоновано розміщувати інформацію про учасників громадської організації, інтерв'ю з ними, отриманий досвід. Закладка «Крамниця» являє собою невеликий інтернет-магазин із книгами та корпоративною продукцією.

Як зазначають А. М. Губіна, М. М. Нетреба та Т. М. Хлебнікова [10], «якщо

здійснити дослідження динаміки проникнення інтернету в буденність громадян, то можна зробити висновок, що сучасний PR, який ґрунтується на засобах електронної комунікації є ефективним та невід'ємним».

Поширення інформації у соціальних мережах. Щодо просування в у соціальних мережах, то даний процес отримав назву SMM (Social Media Marketing) та активно використовується у сучасному світі. Він дозволяє залучити нових клієнтів та підвищити впізнаваність організації [11, с. 58].

SMM характеризується активністю користувачів соціальних мереж, що є головним правилом для мережевого спілкування. Користувачі соціальних мереж коментують зроблені пости, ставлять «лайки», поширюють їх, тим самим розширюючи постійну аудиторію організації. На нашу думку, SMM є сукупністю заходів, що спрямовані на просування послуг організації, а також підтримання зв'язків з існуючими та потенційними клієнтами на інтернет-платформах соціальних мереж. Без сумніву, що станом на сьогодні соціальні мережі є одним із найефективніших способів промоції будь-яких послуг, в тому числі й освітніх.

Серед особливостей SMM-просування можна виокремити наступні:

- 1) постійне відстеження реакцій користувачів на публікації та дії організації у режимі реального часу;
- 2) щоденний та прямий контакт з цільовою аудиторією, тобто максимально відкритий доступ до клієнтів;
- 3) охоплення великої кількості користувачів, які самостійно допомагають просувати пости та публікації організації, тим самим залучаючи нових користувачів до активності;
- 4) оперативність та простота;
- 5) можливість постійного постингу у стрічці та активне використання публікацій у stories, які зникають через 24 години;
- 6) використання таргетованої реклами, яка дозволяє направити меседж організації чітко на конкретне коло споживачів;
- 7) маркетинг подій;
- 8) можливість застосування креативних та інтерактивних форматів;
- 9) можливість проводити give away для розширення аудиторії;
- 10) спроможність залучати лідерів думок для рекламування послуг організації тощо.

На нашу думку, до тем, які ГО «Школа бізнесу і менеджменту» слід поширювати для користувачів соцмереж варто віднести наступні:

1. Онлайн-вебінари, майстер-класи, прямі трансляції, оскільки користувачі дуже добре сприймають відео-матеріали та практичні рекомендації.
2. Публікації, що містять інформацію про «закулісне» життя організації, інформацію про анонси подій.
3. Інформативні публікації, що присвячені послугам, які надаються організацією для кращого розуміння переваг таких послуг.
4. Загально-тематичні та актуальні публікації, які знаходяться в рамках діяльності освітньої громадської організації.
5. Відгуки користувачів.

Важливою рекомендацією для ГО «Школа бізнесу і менеджменту» є активне використання таргетованої реклами, що є сучасним способом популяризації бізнесу в Інтернеті та дозволяє створювати оголошення для конкретної цільової аудиторії [12].

Перевагами таргетованої реклами є:

- 1) охоплення виключно цільової аудиторії;
- 2) створення персоналізованих оголошень відповідно до вибору цільової

аудиторії і її інтересів;

- 3) досить швидка оптимізація оголошень;
- 4) просте та ефективне досягнення поставлених цілей;
- 5) наявність чіткої аналітики ефективності реалізації таргетованої реклами;
- 6) можливість створити декілька оголошень чи публікацій, з яких соціальна мережа автоматично обирає та рекламує той, який найбільш цікавий для користувачів.

З метою якісного ведення соціальних мереж важливою є розробка контент-плану. Контент-план – це заздалегідь сформований графік публікації контенту у соціальних мережах [13, с. 23]. Нами розроблений контент-план публікацій для ГО «Школа бізнесу і менеджменту» (табл. 1).

Таблиця 1

Контент-план публікацій для ГО «Школа бізнесу і менеджменту»*

Table 1

Content plan of publications for the NGO “School of Business and Management”*

Час	Період дня	Понеділок	Вівторок	Середа	Четвер	П’ятниця	Субота	Неділя
10:00	Ранок	■			■			
15:00	Обід		▨	▩		▧	▧	
20:00	Вечір				▦			▦
▧	Новини від організації							
▨	Внутрішня «кухня», що відбувається «за кулісами»							
▩	Розважальний контент							
■	Експертна думка							
▦	Прямий ефір, онлайн-вебінар							
▧	Історії клієнтів							
▧	Актуальне про світ							
▦	Один день із життя команди освітньої громадської організації							

*Джерело: авторська розробка

На нашу думку, сформований контент-план дозволить якісно вести соціальні мережі ГО «Школа бізнесу і менеджменту», як у Facebook, так і в Instagram. Важливо пам’ятати, що фото та текст слід адаптовувати до особливостей кожної мережі, оскільки у Facebook робиться більший акцент на текст, а в Instagram – на фото.

До основних переваг використання Інтернету в PR можна віднести наступні:

- 1) здатність фокусувати вплив на певній вузькій цільовій аудиторії, в якій зацікавлена організація;
- 2) спроможність виокремлення підгруп у цільовій аудиторії, для того аби мати можливість формувати більш персоналізовані PR-звернення;
- 3) застосування Інтернет-розсилки для врахування характеристик й особливостей індивідуально для кожного споживача.

Серед інших переваг можна виокремити точність оцінювання ефективності PR-кампанії, високу швидкість для одержання характеристик під час здійснення кампанії та найкращу здатність швидко реагувати на одержувані показники ефективності.

Проведення тематичних івентів. Івент являє собою подію, запланований соціально-суспільний захід. Івент проводиться у певний час та з визначеною метою і завданнями, що спрямований на формування позитивної реакції зі сторони суспільства [14, с. 121]. Подія є основою будь-якого івент-менеджменту, що забезпечує просування послуг організації та підвищення її впізнаваності [15, с. 100]. Для ГО «Школа бізнесу і менеджменту» такими івентами буде проведення відкритих тренінгів, що дасть змогу підвищити інтерес молоді до вивчення ключових soft skills в управлінській діяльності

та підвищення їх обізнаності. Пропонуємо проводити такі тренінги чи вебінари на відкритих майданчиках, до прикладу у громадському ресторані м. Івано-Франківськ «Urban Space 100», заходах, які проводять навчальні заклади як офлайн, так і онлайн.

Останнім етапом реалізації PR-кампанії є оцінка її ефективності. Дана оцінка уможливить розуміння, чи досягнута поставлена мета кампанії та чи виконані її завдання.

Висновки. Таким чином, PR є такою сферою діяльності, основною ціллю якої є встановлення взаємовигідних відносин між суб'єктами господарювання й громадськістю. Спостерігаючи за динамічним розвитком PR-менеджменту, можемо зробити висновок, що спілкування із громадськістю найкраще втілюється саме в мережі Інтернет. Сьогодні вона уможливує швидку й ефективну комунікацію з усіма стейкхолдерами із найменшими витратами часу. Як наслідок, традиційні PR-технології зазвичай не можуть бути використані в Інтернеті, й поступово відходять на другий план. Нами були запропоновані конкретні пропозиції в напрямку планування PR-кампанії ГО «Школа бізнесу і менеджменту», а саме щодо модернізації офіційного сайту, просування у соціальних мережах, розробки контент-плану та проведення відкритих івентів для залучення нових слухачів. Подальших досліджень набули теоретичні та практичні аспекти моніторингу та оцінки реалізації запропонованої PR-стратегії.

1. Дерев'яно О. Г. Роль PR-технологій у формуванні репутації компанії. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2013. Вип. 28(1). С. 424-429.
2. Гриджук І. А., Кучер М. В. Організація та управління PR-кампанією підприємства та система/критерії визначення її ефективності. *Молодий вчений*. 2019. № 6(2). С. 160-167.
3. Chaturvedi S., Gupta S. Social Media – A New Tool in Modern Era Marketing. *International Journal of Engineering Sciences & Management Research*. 2014. № 1(2). pp. 80-86.
4. Boryshkevych I. Development of Pedagogical Staff as an Integral Element of Forming a Positive Image of an Educational Institution. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*. 2021. Vol. 8(3). pp. 52-59. <https://doi.org/10.15330/jpnu.8.3.52-59>
5. Avidar R. Public relations and social businesses: The importance of enhancing engagement // *Public Relations Review*. 2017. Vol. 43(5). pp. 955-962. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.03.015>
6. Cardwell L. A., Williams S. Pyle A. Corporate public relations dynamics: Internal vs. external stakeholders and the role of the practitioner. *Public Relations Review*. 2017. Vol. 43(1). pp. 152-162. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.11.004>
7. Усс В. С., Буторіна В. Б. Стратегічне планування PR-кампанії на торговельному підприємстві // *Збірник матеріалів за результатами VI науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Сталий розвиток України: проблеми і перспективи»*. Електронне наукове видання. Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2018. С. 26-30.
8. Курбан О. Базові основи системного PR-планування. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 12. С. 36-38.
9. Офіційний сайт ГО «Школа бізнесу і менеджменту». URL: <https://sbm.pnu.edu.ua/> (дата звернення: 25.05.2022).
10. Губіна А. М., Нетреба М. М., Хлебнікова Т. М. Сучасні PR-технології у менеджменті організацій. *Наукові перспективи*. 2021. № 11(17). URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/705/707> (дата звернення: 26.05.2022).
11. Галюк Я. Д., Горда А. А., Забурмеха Є. М. Методи залучення уваги споживачів за допомогою технологій SMM. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 5. С. 57-60.
12. Сметанюк О. А., Причепя І. В., Мосійчук В. В. Social Media Marketing (SMM) в Україні: особливості та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2020. № 6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7943> (дата звернення: 26.05.2022). <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.6.52>
13. Чернобровкіна С. В., Приходько Є. Г., Виниченко А. А. Шляхи розробки SMM-стратегії для малого та середнього бізнесу. *Вісник Національного технічного університету «ХПИ»*. 2020. № 3(5). С. 21-24.
14. Олексюк Г. В., Ангелко І. В., Самотій Н. С. Івент-індустрія: розвиток та проблеми в Україні. *Регіональна економіка*. 2020. №3(97). С. 120-130. <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2020-3-13>

15. Ніколюк О. В., Дьяченко Ю. В., Савченко Т. В. Особливості розвитку івент-менеджменту в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 6. С. 98-103. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.6.98>

References

1. Derevianko, O. H. "The role of PR-technologies in shaping the company's reputation." *Theoretical and applied issues of economics*, no. 28(1), 2013, pp. 424-429.
2. Hrydzhuk, I. A., and M. V. Kucher. "Organization and management of enterprise PR-campaign and system / criteria for determining its effectiveness." *Young scientist*, no. 6(2), 2019, pp. 160-167.
3. Chaturvedi, S., and Gupta, S. "Social Media – A New Tool in Modern Era Marketing." *International Journal of Engineering Sciences & Management Research*, no. 1(2), 2014, pp. 80-86.
4. Boryshkevych, I. "Development of Pedagogical Staff as an Integral Element of Forming a Positive Image of an Educational Institution." *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*, no. 8(3), 2021, pp. 52-59. doi.org/10.15330/jpnu.8.3.52-59
5. Avidar, R. "Public relations and social businesses: The importance of enhancing engagement." *Public Relations Review*, no. 43(5), 2017, pp. 955-962. doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.03.015
6. Cardwell, L. A., Williams, S., and A. Pyle. "Corporate public relations dynamics: Internal vs. external stakeholders and the role of the practitioner." *Public Relations Review*, no. 43(1), 2017, pp. 152-162. doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.11.004
7. Uss, V. S., and V. B. Butorina. "Strategic planning of a PR campaign at a commercial enterprise." *Collection of materials based on the results of the VI scientific-practical conference of students and young scientists "Sustainable development of Ukraine: problems and prospects"*, 2018, pp. 26-30.
8. Kurban, O. "Basic basics of system PR-planning." *Bulletin of the Book Chamber*, no. 12, 2014, pp. 36-38.
9. Official site of the NGO "School of Business and Management", sbm.pnu.edu.ua. Accessed 25 May 2022.
10. Hubina, A. M., Netebe, M. M., and T. M. Khlyebnikova. "Modern PR-technologies in the management of organizations." *Scientific perspectives*, no. 11(17), 2021, perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/705/707. Accessed 26 May 2022.
11. Halyuk, Ya. D., Horda, A. A., and Ye. M. Zaburmekha. "Methods of attracting consumer attention with the help of SMM technologies." *Bulletin of Khmelnytsky National University*, no. 5, 2019, pp. 57-60.
12. Smetanyuk, O. A., Prychepa, I. V., and V. V. Mosiychuk. "Social Media Marketing (SMM) in Ukraine: features and prospects of development." *Efficient economy*, no. 6, 2020, www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7943. Accessed 25 May 2022. doi.org/10.32702/2307-2105-2020.6.52
13. Chernobrovkina, S. V., Prykhod'ko, Ye. H., and Vynychenko, A. A. "Ways to develop an SMM strategy for small and medium-sized businesses," *Bulletin of the National Technical University "KhPI"*, no. 3(5), 2020, pp. 21-24.
14. Oleksyuk, H. V., Anhelko, I. V., and N. S. Samotiy. "Event industry: development and problems in Ukraine." *Regional economy*, no. 3(97), 2020, pp. 120-130. doi.org/10.36818/1562-0905-2020-3-13
15. Nikolyuk, O. V., D'yachenko, Yu. V., and T. V. Savchenko. "Features of event management development in Ukraine." *Investments: practice and experience*, no. 6, 2021, pp. 98-103. doi.org/10.32702/2306-6814.2021.6.98

УДК 336.144.2

doi: 10.15330/apred.2.18.103-112

Жук О.І.¹, Томашевська А.В.², Боришкевич І.І.³

ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ В СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника
Міністерство освіти і науки України,
кафедра управління та бізнес-адміністрування,
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,
76000, Україна,
¹ тел: +380506780982,
e-mail: olha.zhuk@pnu.edu.ua,

ORCID ID: 0000-0001-8519-5529

² тел: +380505628764,
e-mail: antonina.tomashevsk@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-8182-5906

³ тел: +380958678411,
e-mail: iryna.boryshkevych@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-7508-6556

Анотація. Метою даної статті є уточнення сутності категорії “фінансове планування”, визначення основних завдань, принципів, напрямів та процесу здійснення фінансового планування, а також дослідження місця фінансового планування у системі фінансового менеджменту суб’єкта господарювання.

У статті вивчено та систематизовано погляди науковців щодо трактування поняття “фінансове планування”. На основі проведених досліджень запропоновано власне уточнене визначення даної категорії: “фінансове планування” – процес управління фінансовими ресурсами, який спрямований на реалізацію фінансової політики, досягнення цілей фінансової стратегії, підвищення ефективності фінансового управління та зміцнення фінансового стану суб’єкта господарювання.

Визначено основні завдання фінансового планування: забезпечення функціонування підприємства необхідними фінансовими ресурсами; визначення джерел фінансування; визначення напрямів ефективного використання та інвестування капіталу; складання фінансових планів, аналіз та контроль за їх виконанням; забезпечення фінансової стійкості, платоспроможності та кредитоспроможності підприємства; контроль за використанням фінансових ресурсів. Реалізація завдань забезпечить оптимальне управління фінансовими ресурсами.

Обґрунтовано принципи фінансового планування: науковості, комплексності, системності, ефективності, достовірності, зрозумілості. Дотримання даних принципів дасть можливість досягнути поставлених цілей фінансового планування. Розглянуто та охарактеризовано напрями фінансового планування: стратегічне фінансове планування, поточне фінансове планування, оперативне фінансове планування. Охарактеризовано процес фінансового планування, який передбачає оцінку та аналіз фінансового середовища суб’єкта господарювання, розробку фінансової політики, розробку фінансової стратегії, розробку поточних та оперативних фінансових планів, оцінку отриманих результатів, що допоможе систематизувати та покращити організаційну роботу фінансового планування.

Визначено важливість фінансового планування в системі фінансового менеджменту.

Ключові слова: фінансове планування, фінансова стратегія, фінансовий менеджмент, процес фінансового планування.

Zhuk O.I.¹, Tomashevsk A.V.², Boryshkevych I.I.³

FINANCIAL PLANNING OF BUSINESS ENTITIES IN THE FINANCIAL MANAGEMENT SYSTEM

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Management and Business
Administration,
Shevchenka Str., 57, Ivano-Frankivsk,
76000, Ukraine,
¹ tel.: +380506780982,
e-mail: olha.zhuk@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-8519-5529

² tel.: +80505628764,
e-mail: antonina.tomashevska@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-8182-5906

³ tel.: +38 (095) 867 84 11,
e-mail: iryna.boryshkevych@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-7508-6556

Abstract. The purpose of this article is to clarify the essence of the category of “financial planning”, to determine the main tasks, principles, directions and process of financial planning, as well as to study the place of financial planning in the financial management system of the entity.

The article examines and systematizes the views of scholars on the interpretation of the concept of “financial planning”. Based on the research, the proposed refined definition of this category is proposed: “financial planning” - the process of managing financial resources, which aims to implement financial policy, achieve financial strategy goals, improve financial management and strengthen the financial condition of the entity.

The main tasks of financial planning are determined: ensuring the functioning of the enterprise with the necessary financial resources; identification of funding sources; determining areas for efficient use and investment of capital; preparation of financial plans, analysis and control over their implementation; ensuring financial stability, solvency and creditworthiness of the enterprise; control over the use of financial resources. Implementation of tasks will ensure optimal management of financial resources.

The principles of financial planning are substantiated: scientific, comprehensive, systematic, efficient, reliable, understandable. Adherence to these principles will make it possible to achieve the goals of financial planning. The directions of financial planning are considered and characterized: strategic financial planning, current financial planning, operational financial planning. The process of financial planning is described, which includes assessment and analysis of the financial environment of the entity, financial policy development, financial strategy development, development of current and operational financial plans, evaluation of results, which will help systematize and improve the organizational work of financial planning.

The importance of financial planning in the system of financial management is determined.

Key words: financial planning, financial strategy, financial management, financial planning process

Вступ. Сьогодні суб'єктам бізнесу доводиться здійснювати свою діяльність в складних соціально-економічних умовах та умовах невизначеності. У зв'язку з цим зростає потреба в удосконаленні підходів до фінансового управління суб'єктів господарювання. Фінансове планування дає можливість допомогти сформуванню ефективної системи фінансового менеджменту.

Система фінансового менеджменту впливає на швидкість підготовки та правильність прийняття фінансових рішень на підприємстві. Правильності прийняттю фінансових рішень та розробці прогнозів розвитку суб'єкта господарювання передують якісне фінансове планування.

Фінансове планування відноситься до однієї з функцій управління підприємством. Воно покликане забезпечити стійкий фінансовий стан, спрогнозувати необхідний обсяг фінансових ресурсів для забезпечення діяльності суб'єкта господарювання з чітким визначенням джерел фінансування. Питанню пов'язаному з фінансовим плануванням присвячено численну кількість наукових праць вітчизняних та закордонних науковців, зокрема М. Білик, Р. Брейлі, Ю. Брігхем, О. Бурлаков, Л. Буряк, Н. Гуляєва, Л. Докієнко, Г. Крамаренко, Л. Лігоненко, Г. Ситник, Дж. Сициліано, Т. Ставерська, О. Терещенко, П. Етрілл.

Однак важливість фінансового планування, як важливого елемента фінансового управління все більше збільшується, оскільки підприємства працюють в

умовах нестабільності та мінливості зовнішнього середовища, тому окремі аспекти фінансового планування потребують подальших досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є визначення сутності категорії “фінансове планування”, визначення основних завдань, принципів, напрямів та процесу здійснення фінансового планування, а також дослідження місяця фінансового планування у системі фінансового менеджменту суб’єкта господарювання. При написанні статті використано методи аналізу і синтезу для деталізації об’єкта дослідження; систематизації, групування й узагальнення інформації для логічної послідовності викладу матеріалу та теоретичних узагальнень результатів; абстрактно-логічний для формування узагальнених висновків, графічний для наочного зображення результатів дослідження.

Результати. Не зважаючи на велику кількість досліджень, на сьогоднішній день немає єдиного визначення поняття “фінансове планування”, оскільки вчені по різному трактують дану категорію, однак всі їх визначення мають однаковий сенс. У таблиці 1 наведено тлумачення категорії “фінансове планування” різними науковцями.

Таблиця 1

Наукові погляди щодо визначення категорії “фінансове планування”

Table 1

Scientific views on the definition of “financial planning”

Сутність категорії “фінансове планування”	Автор
Планування процесів формування, розподілу, перерозподілу і використання фінансових ресурсів на певний період, розроблення фінансових планів.	Біла О.Г. [1 с. 26]
Процес визначення обсягів фінансових ресурсів за джерелами їх цільового використання та маркетинговими показниками діяльності підприємства в плановому періоді.	Гриньова В.М. [2]
Розроблення системи фінансових планів за окремими напрямками фінансової діяльності підприємства, які забезпечують реалізацію його фінансової стратегії у плановому періоді.	Загородній А.Г., Партич Г.О. [3]
Процес визначення фінансових цілей, встановлення їх відповідності поточному фінансовому стану підприємства та формулювання послідовності дій, спрямованих на досягнення поставлених цілей.	Марцин В.С. [4]
Процес систематичної підготовки управлінських рішень, які прямо чи опосередковано впливають на обсяги фінансових ресурсів, узгодження джерел формування та напрямів використання.	Семенов Г.А., Бугай В. З. [5]
Діяльність, пов’язана з управлінням фінансами та спрямована на забезпечення стійкого фінансового стану і підвищення рентабельності підприємства.	Сіренко Н.М. [6]
Це процес визначення обсягів фінансових ресурсів за джерелами формування та напрямками їх цільового використання згідно з виробничими та маркетинговими показниками діяльності підприємства в плановому періоді.	Теличко Р.К. [7]

Це процес визначення обсягів надходжень відповідних видів фінансових ресурсів (прибутку, амортизації тощо) та їх розподіл за напрямками використання у запланованому періоді (році).	Філімоненко О.С. [8]
Процес розроблення системи фінансових планів, що полягає у визначенні фінансових цілей, установленні рівня відповідності цих цілей фінансовому стану підприємства і формуванні послідовності дій, спрямованих на досягнення поставлених цілей.	Шелудько В.М. [9, с. 352]

Розглянувши думки різних вчених, запропонуємо уточнене визначення категорії “фінансове планування”. Отже, фінансове планування – процес управління фінансовими ресурсами, який спрямований на реалізацію фінансової політики, досягнення цілей фінансової стратегії, підвищення ефективності фінансового управління та зміцнення фінансового стану суб’єкта господарювання.

Фінансове планування, як елемент системи фінансового управління повинно забезпечити регулювання фінансових відносин пов’язаних з формування, розподілом та використанням фінансових ресурсів.

Основними завданнями фінансового планування є:

- забезпечення функціонування підприємства необхідними фінансовими ресурсами;
- визначення джерел фінансування;
- визначення напрямів ефективного використання та інвестування капіталу;
- складання фінансових планів, аналіз та контроль за їх виконанням;
- забезпечення фінансової стійкості, платоспроможності та кредитоспроможності підприємства;
- контроль за використанням фінансових ресурсів.

Важливою умовою вирішення завдань, досягнення поставлених цілей та здійснення фінансового планування діяльності суб’єкта господарювання є дотримання принципів. Принципи фінансового планування відображено на рис. 1.

Основними принципами визначено:

Принцип науковості використання у плануванні науково обґрунтованих методів та прийомів при розробці фінансових планів.

Принцип комплексності – врахування потреб у забезпеченні усіх видів діяльності необхідним обсягом фінансових ресурсів.

Принцип системності – взаємозв’язок між усіма елементами фінансового планування.

Принцип ефективності – досягнення запланованих фінансових результатів.

Принцип достовірності при розробці фінансових планів повинні використовуватися перевірені достовірні дані.

Принцип зрозумілості передбачає простоту складання фінансових планів та легкості сприйняття інформація, яка у них міститься.



Рис. 1. Принципи фінансового планування*

Fig. 1. Principles of financial planning*

*Джерело: розробка автора

Фінансове планування, як інструмент забезпечення реалізації фінансової політики підприємства повинне відповідати таким характеристикам:

- бути інструментом регулювання системи фінансово-економічних відносин з приводу джерел формування, розподілу та використання фінансових ресурсів;

- виступати координатором фінансових цілей різного рівня (тактичних та стратегічних), що дасть можливість підвищити ефективність управлінських фінансових рішень, прибутковість, фінансову платоспроможність та знизити рівень фінансового ризику;

- функціонувати, як інструмент мінімізації й нейтралізації фінансових ризиків суб'єкта господарювання, так як фінансове планування здійснюється з врахуванням факторів ризику, а багатоваріантність планових розрахунків передбачає розробку алгоритмів реагування і заходів менеджменту підприємства в різних ситуаціях, що виникають під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього середовища;

- координувати та узгоджувати функції фінансового менеджменту і стимулювати виконання прийнятих управлінських фінансових рішень [10, с. 40].

Виділяють три напрями фінансового планування: стратегічне фінансове планування, поточне фінансове планування, оперативне фінансове планування.

На рис. 2 відображено дані напрями та їх особливості.



Рис. 2. Напрями фінансового планування*

Fig. 2. Areas of financial planning*

*Джерело: складено автором на основі [11]

Стратегічне фінансове планування передбачає формування фінансової стратегії та розробку прогнозу фінансової діяльності.

Фінансова стратегія повинна відповідати цілям та напрямам загальної стратегії підприємства.

Процес формування фінансової стратегії передбачає визначення:

- періоду, на який розробляється стратегія;
- фінансової політики суб'єкта господарювання;
- цілей на напрямів реалізації стратегії;
- факторів впливу на фінансове середовище підприємства, шляхом аналізу сильних та слабких сторін та загроз та можливостей;
- ефективності від реалізації стратегії.

Прогнозування передбачає визначення показників фінансового стану на перспективу.

Поточне фінансове планування передбачає розробку фінансових планів, визначення джерел фінансування необхідних для поточного періоду діяльності та визначення величини доходів та витрат з метою забезпечення платоспроможності підприємства.

Стратегічне фінансове планування передбачає формування фінансової стратегії та розробку прогнозу фінансової діяльності. Фінансова стратегія повинна відповідати цілям та напрямам загальної стратегії підприємства.

Процес формування фінансової стратегії передбачає визначення:

- періоду, на який розробляється стратегія;
- фінансової політики суб'єкта господарювання;

- цілей на напрямів реалізації стратегії;
- факторів впливу на фінансове середовище підприємства, шляхом аналізу сильних і слабких сторін та загроз і можливостей;
- ефективності від реалізації стратегії.

Прогнозування передбачає визначення показників фінансового стану на перспективу.

Поточне фінансове планування передбачає розробку фінансових планів, визначення джерел фінансування необхідних для поточного періоду діяльності та визначення величини доходів і витрат з метою забезпечення платоспроможності підприємства.

Оперативне фінансове планування є доповненням до поточного планування та передбачає розробку планових завдань на короткі терміни (тиждень, місяць, квартал) залежно від потреб управління, а також забезпечення діяльності суб'єкта господарювання фінансовими ресурсами та здійснення контролю за надходженням і витрачанням грошових коштів.

Фінансове планування це процес, який передбачає здійснення процедур в певній послідовності (рис. 3).

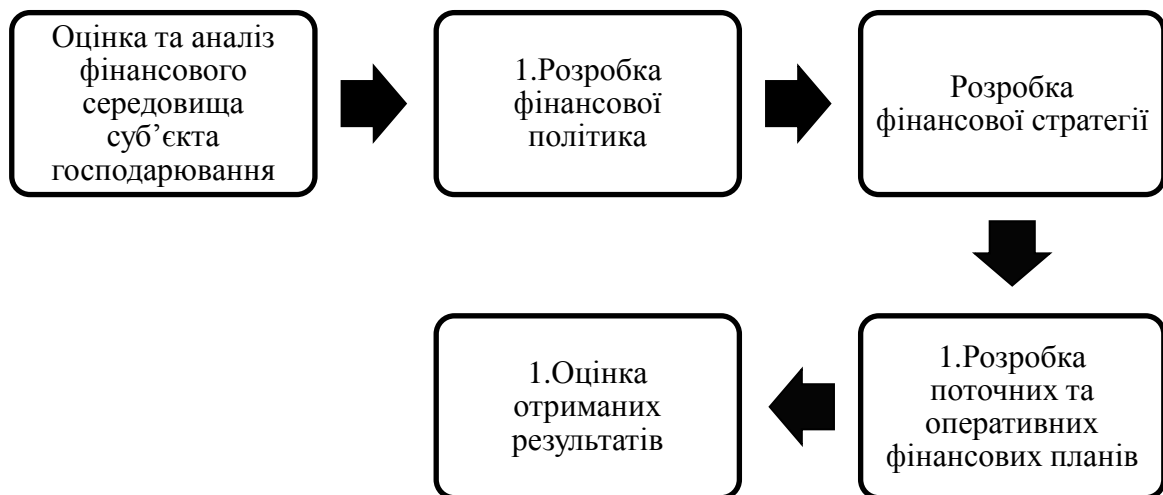


Рис. 3 Процес фінансового планування*

Fig. 3. Financial planning process*

*Джерело: розробка автора

1. Оцінка та аналіз фінансового середовища суб'єкта господарювання передбачає аналіз і оцінку діяльності підприємства за допомогою фінансових показників, визначення можливостей, які має підприємство та визначення проблемних моментів, які потребують вирішення.

2. Розробка фінансової політики передбачає найефективніше управління фінансовими ресурсами та оптимальне забезпечення ними всіх напрямів діяльності суб'єкта господарювання.

3. Розробка фінансової стратегії – визначення цілей та напрямів діяльності підприємства та прогнозування фінансових результатів стратегії.

4. Розробка поточних та оперативних фінансових планів – визначення потреби у фінансових ресурсах поточної діяльності з конкретизацією величини доходів та витрат по всіх напрямках діяльності підприємства.

5. Оцінка отриманих результатів – порівняння планових показників з фактичними фінансовими результатами діяльності суб'єкта господарювання, виявлення причин відхилень фактичних даних від планових показників та прийняття відповідних рішень.

Висновки. Фінансове планування це частина управлінської діяльності. Воно є основою прийняття рішень пов'язаних з управлінням фінансових ресурсів та дає можливість:

- оцінити стан фінансового забезпечення підприємства;
- оцінити платоспроможність;
- підвищити ефективність управління фінансовими ресурсами;
- зміцнити фінансову стійкість суб'єкта господарювання в цілому.

Фінансове планування створює передумови для досягнення поставлених цілей фінансової стратегії і цілей підприємства загалом та є важливим інструментом фінансового менеджменту. У зв'язку з викликами, з якими сьогодні стикаються суб'єкти бізнесу посилюється роль фінансового планування, як одного з найважливіших елементів системи фінансового менеджменту.

1. Біла О.Г. Фінансове планування і прогнозування: підручник. Л. : Компакт-ЛВ, 2005. 312 с.
2. Гриньова В.М. Фінанси підприємств : навч. посіб. К. : Знання-Прес, 2004. 259 с.
3. Загородній А.Г., Партин Г.О. Фінанси підприємств : навч. посіб. К. : Знання, 2006. 379 с.
4. Марцин В.С. Планування як основна складова процесу фінансової діяльності. *Фінанси України*. 2008. № 4 (149). С. 45-49.
5. Семенов Г.А., Бугай В.З., Семенов А.Г. Фінансове планування і управління на підприємствах : навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2007. 432 с.
6. Сіренко Н.М., Бурковська А.В., Бузнік О.О. Фінансове планування – складова сталого розвитку підприємства. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. 2011. № 3 (2). С. 214-217.
7. Теличко Р.К. Фінансове планування на малих та середніх підприємствах. *Фінанси України*. 2007. № 8. С. 14-16.
8. Філімоненко О.С. Фінанси підприємств : навч. посіб. К. : МАУП, 2004. 328 с.
9. Шелудько В.М. Фінансовий менеджмент : підручник. К.: Знання, 2013. 375 с.
10. Мищак О. Фінансове планування в системі фінансового управління підприємством. *Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. "Фінансово-економічний розвиток України в умовах трансформаційних перетворень"*. Тернопіль : Крок, 2019. С. 39-41
11. Крамаренко Г.О. Фінансовий менеджмент URL : https://pidru4niki.com/1601101343632/finans/potochne_finansove_planuvannya (дата звернення 01.05.2022)

References

1. Bila, O.H. *Finansove planuvannja i proghnozuvannja*, Kompakt-LV, 2005.
2. Grinyova V.M. *Finance of enterprises*, Knowledge Press, 2004.
3. Zagorodniy, A.H., and H.O. Partin. *Finance of enterprises*, Knowledge, 2006.
4. Marcyn, V.S. "Planning as the main component of the process of financial activities." *Finance of Ukraine*, no. 4 (149), 2008, pp. 45-49.
5. Semenov, G.A., Bugay, V.Z., and A.G.Semenov. *Financial planning and management in enterprises*, CUL, 2007.
6. Sirenko, N.M., Burkovskaya A.V., and O.O.Buznik. "Financial planning is a component of sustainable development of the enterprise." *Scientific works of Poltava State Agrarian, Academy*, no. 3 (2), 2011, pp. 214-217.
7. Telichko, R.K. "Financial planning in small and medium enterprises." *Finance of Ukraine*, no. 8, 2007, pp. 14-16.
8. Filimonenko, O.S. *Finance of enterprises*, MAUP, 2004.
9. Sheludko, V.M. *Financial management*, Knowledge, 2013.

10. Mytsak, O. "Financial planning in the system of financial management of the enterprise." *Materials intern. scientific-practical conf. "Financial and economic development of Ukraine in the conditions of transformational transformations"*, 2019, pp. 39-41.
11. Kramarenko, G.O. *Financial management*. Pidru4niki, pidru4niki.com/1601101343632/finansii/potochne_finansove_planuvannya. Accessed 01 May 2022.

УДК 338.2

doi: 10.15330/apred.2.18.112-127

Полянська А. С.¹, Мартинець В. Б.², Кабан О. В.³

ОПТИМІЗАЦІЯ ЛАНЦЮГА ПОСТАЧАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ

¹Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Міністерства освіти і науки України
Кафедри менеджменту та адміністрування,
вул. Карпатська, 15, м. Івано-Франківськ,
79019, Україна,
тел. : +380506684380,
e-mail: parvs@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0001-5169-1866

²Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Міністерства освіти і науки України
Кафедри менеджменту та адміністрування,
вул. Карпатська, 15, м. Івано-Франківськ,
79019, Україна,
тел. : +380968328768,
e-mail: reg@nung.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-5659-490X

³Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Міністерства освіти і науки України
Кафедри менеджменту та адміністрування,
вул. Карпатська, 15, м. Івано-Франківськ,
79019, Україна,
тел. : +380968729958,
e-mail: reg@nung.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0003-3345-399

Анотація. Обґрунтовано необхідність дослідження логістичних ланцюгів постачання в умовах війни в Україні, яка спричинила кризові явища у економічному, гуманітарному, технічному, інформаційному середовищі діяльності підприємств. Зазначено, що війна в Україні додала ризиків для міжнародних ланцюгів постачання, частиною яких були вітчизняні підприємства. Зруйновані або частково пошкоджені наслідками військових дій, ланцюжки поставок стикаються з багатьма проблемами, які, якщо їх не вирішити, завадять відновленню

економіки та довгостроковому зростанню. Розглянуто особливості функціонування та управління логістичними ланцюгами в умовах зміни середовища та впливу негативних тенденцій, зокрема зменшення обсягів експорту та імпорту, зміни структури на напрямів логістичних потоків, зупинення діяльності та релокації підприємств, збільшення ризиків та загроз постачання товарів. Охарактеризовано умови функціонування логістичних ланцюгів вітчизняних підприємств в умовах війни. Узагальнено зарубіжний досвід оптимізації логістичних ланцюгів, зокрема шляхом визначення та класифікації потенційних та існуючих для них ризиків, враховуючи сформований під час пандемії досвід. Обґрунтовано, що такий досвід частково може бути використаний для відновлення та підвищення стійкості вітчизняних логістичних ланцюгів в сучасних умовах війни та післявоєнного відновлення. Використано та адаптовано матрицю класифікації ризиків управління логістичними ланцюгами постачання для вітчизняних промислових підприємств. Розглянуто можливі стратегії управління ризиками відповідно до рівня складності їх передбачення та впливу на них. Охарактеризовано критерії оптимізації управління логістичними ланцюгами постачання на основі виділення таких позицій: виявлення і збереження логістичних потужностей; забезпечення стійкості у майбутньому; створення прозорості; оцінка реалістичності попиту кінцевого споживача; оцінка реалістичності попиту кінцевого споживача. Розглянуто задачу оптимізації управління логістичним ланцюгом постачання в умовах кризових явищ. Запропоновано ключові індикатори ефективності функціонування логістичних ланцюгів на основі розгляду як загальних, так і логістичних показників та напрямів їх оптимізації на основі врахування розглянутих у статті критеріїв оптимізації та обґрунтування ключові індикатори оцінювання такої оптимізації.

Ключові слова: управління, оптимізація, ланцюг постачання, війна, стратегії, ланцюг постачання, ризики

Polyanska A.S.¹, Martynets V.B.², Kaban O.V.³

OPTIMIZATION OF THE SUPPLY CHAIN AT THE ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF CRISIS

¹Ivano-Frankivsk National
Technical University of Oil and Gas,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Departments of Management and
administration,
Carpathian, str.,15, Ivano-Frankivsk,
79019, Ukraine,
tel.: +380506684380,
e-mail: parvs@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0001-5169-1866

²Ivano-Frankivsk National
Technical University of Oil and Gas,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Departments of Management and
administration,
Carpathian, str.,15, Ivano-Frankivsk,
79019, Ukraine,
tel.: +380968328768,
e-mail: reg@nung.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-5659-490X

³Ivano-Frankivsk National
Technical University of Oil and Gas,
Ministry of Education and Science of Ukraine,

Departments of Management and
administration,
Carpathian, str.,15, Ivano-Frankivsk,
79019, Ukraine,
tel.: +380968729958,
e-mail: reg@nung.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0003-3345-399

Abstract. The necessity of logistics supply chains research during the war in Ukraine, which caused the crisis in the economic, humanitarian, technical, information environment of enterprises, is substantiated. It is noted that the war in Ukraine added risks to international supply chains, part of which domestic enterprises are. Destroyed or partially damaged by the effects of hostilities, supply chains face many challenges that, if left unchecked, will hamper economic recovery and long-term growth. Features of functioning and management of logistics chains in the conditions of environment change and influence of negative tendencies, in particular decrease in volumes of export and import, change of structure on directions of logistic flows, stop of activity and relocation of the enterprises, increase of risks and threats of goods delivery are considered. The conditions of logistics chains functioning of domestic enterprises in the conditions of war are characterized. Foreign experience of logistics chain optimization is generalized, in particular by identifying and classifying potential and existing risks for them, taking into account the experience gained during the pandemic. It is substantiated that such experience can be partially used to restore and increase the stability of domestic logistics chains in the current conditions of war and post-war recovery. The matrix of risks classification of logistics supply chain management for domestic industrial enterprises is used and adapted. Possible risk management strategies according to the level of complexity of their prediction and impact on them are considered. Criteria for optimizing the management of logistics supply chains based on the selection of the following items are described: identification and maintenance of logistics capacity; ensuring sustainability in the future; creating transparency; assessment of the realism of end-user demand; assessment of the realism of end-user demand. The problem of optimization of logistics supply chain management in the conditions of crisis phenomena is considered. Key indicators of efficiency of functioning of logistics chains on the basis of consideration of both general, and logistical indicators and directions of their optimization on the basis of consideration of optimization criteria considered in article and substantiation key indicators of estimation of such optimization are offered.

Keywords: management, optimization, supply chain, war, strategies, supply chain, risks

Вступ. Війна в Україні зумовила кризові явища, які позначились на промисловому, технологічному, економічному, гуманітарному напрямках життєдіяльності країни та внесла суттєві зміни у функціонування вітчизняних підприємств. За період 24 лютого – 17 березня було пошкоджено, зруйновано або захоплено щонайменше 411 закладів освіти, 36 закладів охорони здоров'я, 1600 житлових будинків, 26 заводів або заводських складів, 15 аеропортів, 6 ТЕС/ ГЕС. Окрім того, втрачено десятки тисяч кілометрів автомобільних і залізничних шляхів, зруйновано чи виведено з ладу 350 мостів і мостових переходів. Такий стан справ спричинив повне чи часткове припинення діяльності підприємств, значні проблеми в організації роботи бізнесу та логістиці, зниження споживчого попиту. В свою чергу, підприємства в умовах війни вимушені фокусувати увагу на збереженні продуктивності в умовах реальних руйнувань, складної логістики, фізичної релокації, підтриманні армії та зосередженні усіх зусиль на збереженні виробничого та людського потенціалу. За результатами дослідження групи GradusResearch, з початку воєнної агресії до 22 березня 2022 року у країні зупинили, уповільнили або обмежили свою діяльність 86 % компаній, з них 48 % працювали частково або майже не працювали. Лише 13 % компаній працювали, як і раніше, а незначна частка вітчизняного бізнесу (6 %) працювала в більшому порівняно з довоєнним часом обсязі [1]. За час війни відбулася

галузева трансформація як один із способів забезпечення стійкості функціонування економіки: 16 % досліджених підприємств повністю або частково трансформувалися, 21 % перебувають у процесі галузевої трансформації, 16 % долучилися до процесу трансформації [2].

Окрім цього, війна в Україні додала ризиків для міжнародних ланцюгів постачання, частиною яких були вітчизняні підприємства. Зруйновані або частково пошкоджені наслідками військових дій, ланцюжки поставок стикаються з багатьма проблемами, які, якщо їх не вирішити, завадять відновленню економіки та довгостроковому зростанню. Поглиблення дисбалансу між попитом і пропозицією, до якого додалися ризики останніх двох років пандемії, може призвести до високої інфляції у світі. За оцінками МВФ, це може становити близько 5,7 % і 8,7 % для країн з розвинутою економікою та країн, що розвиваються, відповідно [3], а останні дослідження показують, що лише 12 % світових компаній достатньо готові до майбутніх потрясінь у ланцюгах поставок.

Таким чином, сьогодні відбуваються зміни у логістичних ланцюгах постачання як всередині країни, так і за її межами. Це вимагає вирішення завдань оптимізації переміщення матеріальних потоків у межах діючих сформованих чи нових логістичних ланцюгів з урахування виникнення нових ризиків та загроз.

Попри те, що питання управління ланцюгом постачання було, є і залишається актуальним для економічного розвитку як підприємств, так і країн в цілому. Активність, інтенсивність і спрямованість дослідження даного питання вимагає трансформації концептуального та стратегічного бачення і розуміння змісту логістичного ланцюга та його значення із урахуванням постійних глобальних змін, локальних криз та потреб споживачів, які неможливо розглядати відокремлено від мега тенденцій, без урахування поточних ситуацій. Нові тенденції супроводжуються застосуванням нових технологій, які супроводжують виконанням логістичних операцій. З'явилися нові логістичні компанії, які активно розвивати логістику в Україні [4].

Зміни, які відбуваються у середовищі функціонування логістичних ланцюгів вивчаються науковцями та розглядаються у їх працях. Питання, пов'язані із управлінням ланцюгом поставок висвітлюються у працях Бауеркса Дж. [5], Крикавського Є., Похильченко О., Фертча М. [6]. Кривов'язюк І. В., Кулик Ю. М., Волинчук Ю. В. [7] досліджували перспективи розвитку логістики в умовах пандемічних обмежень, Воробей В., Данилюк А., Журовська І. [8] розглядають логістику у зв'язку із міжнародною діяльністю, глобальними викликами та мегатенденціями. Давиденко В. В. [9], Кочешкова І., Трушкіна Н. В. [10], Григорчук М. Ю., Савченко Л. В. [11] вивчають проблематику реверсної логістики.

Постановка завдання. Таким чином, широкий спектр досліджуваних напрямів логістичної діяльності визначають нові завдання, вирішуючи які логістичні ланцюги зазнають змін. Глобальні виклики висувають вимогу врахування сучасних ризиків, інтегрування в сучасне цифрове середовище, пристосування до сформованої екосистеми підприємств, що входять у логістичний ланцюг, застосування способів оптимізації логістичних операцій.

Звідси, метою даної статті є охарактеризувати способи оптимізації логістичних ланцюгів на основі врахування сучасних тенденцій розвитку та ризиків, що їх супроводжують та можуть виникати під час їх функціонування. Для досягнення даної мети передбачено вирішення таких завдань: узагальнити ситуацію щодо стану та передумов функціонування логістичних ланцюгів з початку війни в Україні, визначити ризики, що зумовлюють їх результативність та розглянути можливі стратегії управління ланцюгами постачання в умовах кризових явищ.

Для досягнення поставленої мети у статті передбачено послідовне застосування наступних методів дослідження (рис. 1). Зокрема, для визначення способів оптимізації логістичних ланцюгів здійснено аналіз матеріальних потоків на основі врахування експортно-імпортних операцій в Україні з початку війни, врахування руйнувань логістичної інфраструктури, наслідків знищення промислових підприємств, а також їх переміщення зі Сходу на Захід країни. На основі проведеного аналізу вітчизняного та зарубіжного досвіду функціонування логістичних ланцюгів визначено причинно-наслідкові зв'язки між подіями, що супроводжують функціонування логістичних ланцюгів та ризиками, які можуть виникати як наслідок настання цих подій.

З метою оцінювання ризику функціонування логістичних ланцюгів із врахуванням його величини та здатності передбачати як ризик, так і величину його впливу, у статті здійснено класифікацію ризику на основі застосування матричного підходу в аналізі та адаптовано даний методичний підхід до класифікації ризиків для функціонування логістичних ланцюгів вітчизняних промислових підприємств в умовах війни.

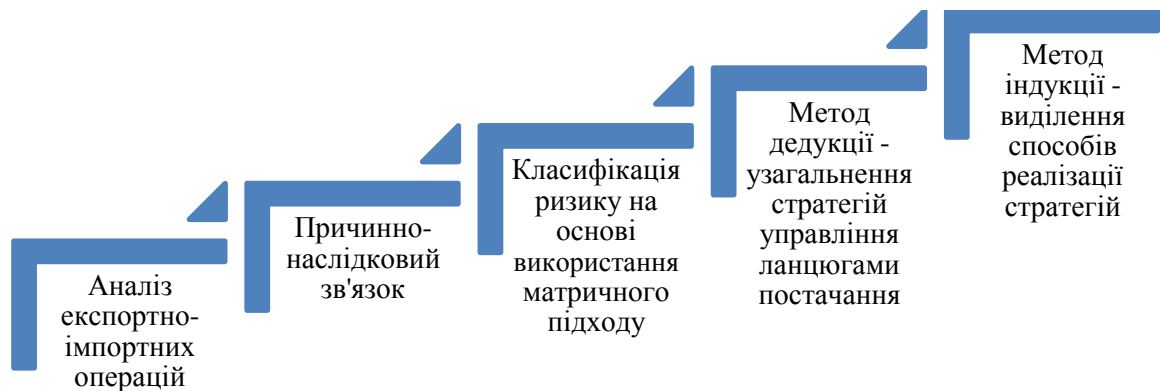


Рис. 1. Послідовність методів дослідження для оптимізації ланцюга постачань в умовах кризи

Fig. 1. A sequence of research methods to optimize the supply chain in a crisis

На основі застосування методу дедукції узагальнено стратегії управління ланцюгами постачання на основі виділення критерії їх оптимізації. Застосування методу індукції дозволило виділити способи реалізації стратегій із урахуванням визначених критеріїв оптимізації.

Результати. Функціонування логістичних ланцюгів визначається інтенсивністю, потужністю, динамікою, структурою матеріальних потоків, що переміщуються. Характеризуючи стан логістичних ланцюгів та їх перспективи, слід зазначити, що зазнала суттєвих змін динаміка обсягів експортно-імпортних операцій з початку війни в Україні. Експорт українських товарів скоротився вдвічі. Для порівняння, обсяг експорту України в березні склав 5,97 млн тон на суму 2,7 млрд доларів, тоді як у лютому держава експортувала 13,1 млн тон товарів вартістю 5,3 млрд доларів. Таке скорочення відбулось за рахунок зменшення вивозу металів та сільськогосподарської продукції, в той же час обсяг експорту низки товарів з глибокою переробкою практично не змінився порівняно з довоєнним часом й навіть збільшився, а саме це стосується кабельної продукції, експорт якої склав 111 млн доларів у порівнянні із 130 млн доларів в лютому; листи облицювальні з дерева – 32 млн доларів проти 26 млн у лютому. Станом на березень, головними статтями експорту були руди, кукурудза, феросплави та олія. Істотно скоротився експорт металу. Зокрема, експорт плаского

прокату впав майже 10 разів – з 437 тисяч тон у лютому до 47 тисяч тон у березні. За деякими позиціями металургії експорт не здійснювався взагалі. Це пов'язано, в першу чергу, з фізичним руйнуванням металургійних об'єктів та зупинкою виробництва. Експорт таких товарів як кукурудза, пшениця, соняшникова олія, соєві боби був у 4 рази меншим, ніж у лютому [12].

Значною негативною динамікою характеризується імпорт, що зменшився більш, ніж втричі: якщо в лютому держава імпортувала 5 млн тон товарів на суму 5,9 млрд доларів, то в березні – 1,6 млн тон вартістю 1,8 млрд доларів. Сьогодні найважливішими статтями імпорту до України є газ, нафта, нафтопродукти та вугілля. Значно погіршилась ситуація із постачанням пального, і головною причиною паливної кризи є зупинка внаслідок руйнування Кременчуцького нафтопереробного заводу та інших переробних потужностей внутрішнього ринку, які до війни забезпечували 18 % внутрішнього споживання. Ще 82 % нафтопродуктів Україна імпортувала чотирма видами транспорту: автомобільним, залізничним, морським та трубопровідним. Сьогодні усі ці канали імпорту переорієнтовані та працюють зовсім по-іншому [13]. Вагомою причиною такої ситуації є руйнування у зв'язку із військовими діями 6,3 тис. км головних колій, пошкодження 23 573 км автодоріг, 289 автомобільних мостів та 41 залізничного моста.

Все це зумовлює необхідність перебудови логістики у Центральній та Східній Європі. В умовах війни розглядають питання кардинальної перебудови логістики в Європі, зокрема робота ведеться над забезпеченням ланцюгів доставки вантажів, зміною напрямів торговельних потоків через блокаду українських морських портів та втрату близько 23% залізничної мережі [14]. Країни ЄС підтримують функціонування логістичної інфраструктури, особливо в питанні забезпечення гуманітарних вантажів, встановленню без дозвільного проїзду для перевізників, а також організації роботи логістичних хабів для ефективного керування перевезеннями тощо.

Сьогодні, враховуючи досвід, який набули логістичні компанії під час пандемії, уряди багатьох країн, як і окремі компанії сформували комплексний погляд на послаблення вразливості ланцюгів постачань та проблем, вирішення яких знаходиться поза межами їх підновлення та функціонування у після пандемійний період. Підвищення стійкості ланцюга поставок є провідною темою для багатьох глобальних компаній зі складними операціями. Цей досвід частково може бути використаний для відновлення та підвищення стійкості вітчизняних логістичних ланцюгів в сучасних умовах війни та післявоєнного відновлення. Експерти пропонують чотири етапний процес, який можна адаптувати до потреб компанії на основі врахування її індивідуальної вихідної позиції. Менш просунуті компанії, як правило, спочатку зосереджуються на створенні наскрізного процесу управління ланцюгом постачання; їх більш просунуті колеги зосереджують більше уваги на етапах 3 і 4 [15]:

1. Визначення можливих сценаріїв-результатів та оцінка їх впливу на функціонування логістичного ланцюга. Залежно від рівня та величини впливу, компанія визначає пріоритети ризиків для цілеспрямованої уваги.

2. Розроблення стратегії реагування на пріоритетні ризики. Важливо створити неупереджений процес, щоб вирішити, куди інвестувати та як підготуватися до загроз. Дієвим інструментом тут є систематичний розрахунок бізнес-кейсів, що є основою для інвестиційних рішень в умовах ризиків. Їх зміст пов'язаний із кількісною оцінкою компромісу між інвестуванням у профілактику та наслідком ризику, який може проявитись у разі непередбаченості, що призведе до серйозних збоїв та втрат. Важливо врахувати різні аспекти, важливі для компанії для створення релевантного бізнес-кейсу, інакше інвестор не погодиться на необхідне фінансування для управління ризиками.

3. Управління ризиками ланцюга поставок має бути включено в регулярні процеси прийняття рішень і планування. Впровадження можливостей управління ризиками як звичайного компонента бізнес-рішень в операційній діяльності є першим кроком до створення справжньої культури ризику та стійкої компанії.

Для визначення найбільш актуальних подій та ризиків, які загрожують порушити роботу ланцюга поставок компанії доцільно здійснити систематичну класифікацію ризиків і розробити відповідну стратегію реагування. Це має важливе значення для стратегічного покращення стійкості ланцюга поставок, зводячи необхідні інвестиції для підтримання функціонування ланцюга до мінімуму. Для класифікації ризиків пропонується проста структура опису середовища за допомогою двох характеристик: оцінки того, якою мірою ризик можна передбачити та кількісної оцінки очікуваного впливу ризику (рис.2).

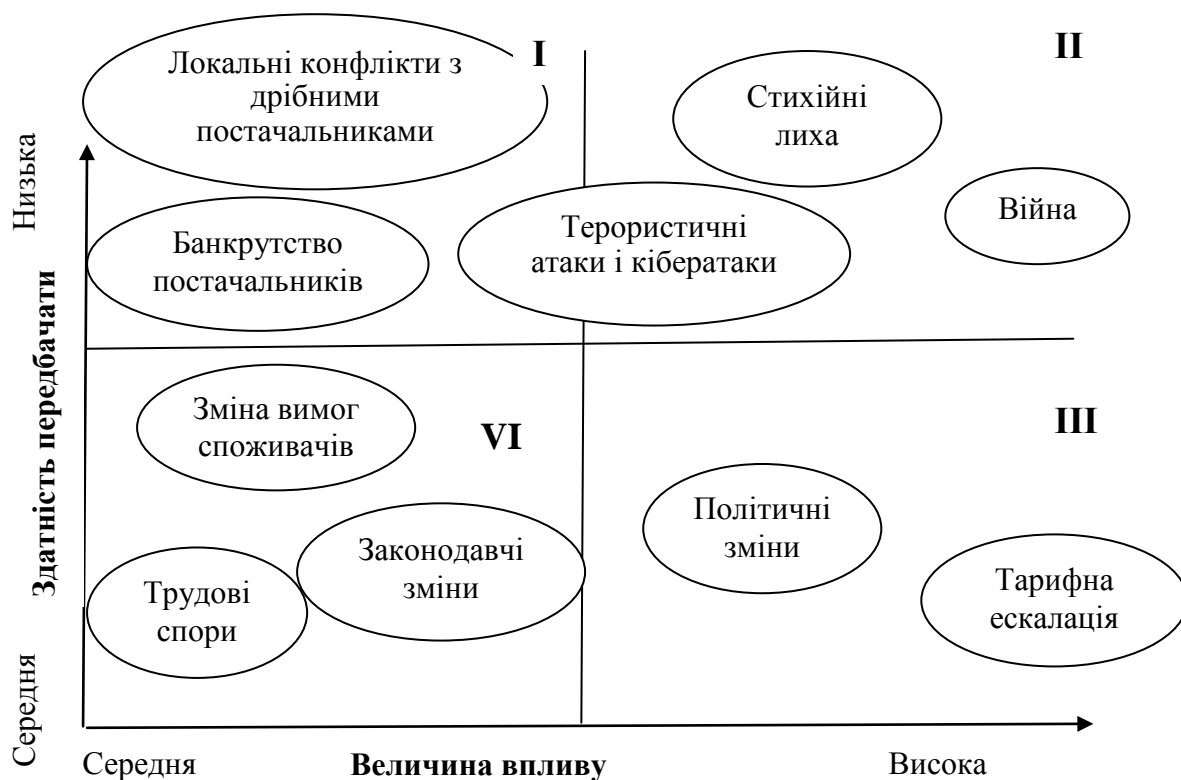


Рис. 2. Класифікація потенційних ризиків ланцюга постачання, що дозволяє вибирати відповідні стратегії

Fig .2. Classification of potential supply chain risks, which allows choosing the appropriate strategies

Джерело: сформовано на основі [15]

Відповідно, стратегії, які пропонуються у межах даної методики класифікації ризиків, визначають такі стани невизначеності:

–«Керовані сюрпризи» (I) – ризики, які важко передбачити, але які керовані з точки зору впливу.

–«Чорні лебеді» (II) – ризики, які важко передбачити і важко керувати з точки зору впливу.

–«Назріваюча буря» (III) – ризики, які можна передбачити, але які мають великий вплив, як тільки ризики матеріалізуються.

–«Бізнес-виклики» (IV) – це ризики з низьким впливом, які можна як передбачити, так і легко керувати ними.

Застосування розглянутого підходу до класифікації ризиків визначає той факт, що в умовах зростання нестабільності, невизначеності, мінливості компанії повертають на порядок денний управління ризиками ланцюга постачань. Вони стикаються не тільки з постійно змінюваними вимогами клієнтів і зростаючими геополітичними ризиками, а й з ризиками, пов'язаними з екологічними проблемами, такими як декарбонізація, зменшення використання пластику та загальна стійкість продукції – усе це збільшує навантаження на існуючі ланцюги поставок. Ігнорування цих змін може призвести до суворих покарань, як з боку урядів, так і ринків. Ризики кібербезпеки набувають дедалі більш руйнівного потенціалу. Інциденти кібератак відбуваються все частіше, а атаки на підприємства за п'ять років збільшуються майже вдвічі, що збільшує загальний вплив таких видів ризиків. Проактивний підхід у поєднанні з культурою управління ризиками допомагають уникати й керувати майбутніми збоями в ланцюгах поставок.

Ризики з низьким рівнем впливу, які важко передбачити, наприклад, банкрутство окремого постачальника або локалізований конфлікт у країні, де немає великих операцій, можна прийняти або уникнути до певної міри шляхом диверсифікації операцій. Систематична реалізація стратегії подвійного постачання через номінацію нових постачальників або переговори про друге джерело постачання від того самого постачальника допомагає зменшити цю категорію ризику [15].

Ризиками, які важко передбачити, зокрема стихійними лихами, терористичними атаками або кібератаками, керують шляхом створення потужних можливостей управління кризою та стійкості всієї системи. Команда з управління ризиками ланцюга поставок може запровадити системний процес моніторингу ризиків, який можна покращити за допомогою планування сценаріїв. Зберігаючи запаси деталей з тривалим часом постачання, компанії можуть запобігти збоям у ланцюжках поставок. Інший спосіб пом'якшити ризики, які важко передбачити, – це передача ризику іншим сторонам, окрема шляхом страхування ризиків.

Ризиками з низьким рівнем впливу, які відносно легко передбачити, наприклад, трудові суперечки, зміни в нормативно-правових актах або зміни в уподобаннях клієнтів, можна проактивно керувати шляхом підвищення надійності ланцюга поставок. Однак найважливішим заходом є належна підготовка персоналу для подолання повсякденних ризиків. Заохочення співробітників висловлювати занепокоєння щодо можливих дефектів і збоїв допомагає створити загальне усвідомлення ризиків як перший крок до управління збоями. ІТ-системи та інструменти можуть допомогти постійно відстежувати негативні тенденції та події.

Ризики високого впливу, які відносно легко передбачити, зокрема агресорська поведінка Росії, торговельні правила США та Китаю або цілі з декарбонізації, потребують найбільшої уваги. У даному випадку доцільним є систематичний огляд налаштувань ланцюга поставок. Можливі стратегії реагування включають перегляд стратегії постачання, зокрема шляхом збільшення частки місцевих постачальників або перенесення деяких виробничих операцій та потужностей з певних регіонів. Іншим варіантом може бути створення операцій СКД (продукція у повністю розібраному вигляді) в країнах з високими податками на імпорт готової продукції. Огляд стратегії нарощування запасів допомагає оптимізувати рівень обслуговування, підвищуючи рівень безпечного запасу для критичних компонентів, які неможливо отримати з альтернативних місць. Підготовка до змін попиту також може бути розглянута як альтернативна відповідь. Для кожного з квадрантів на рис. 1 можна розробити певний набір стратегій реагування. Для ризиків, які важко передбачити, слід застосовувати реактивний підхід в управлінні ризиками, а для тих, що мають більшу

передбачуваність, – більш активний. Узагальнюючи аналіз ситуації щодо логістичних ланцюгів постачання в Україні та погляди експертів на актуальні питання управління ланцюгами постачань в умовах виникнення ризиків, на рис. 3 представлено ризики ланцюгів постачання промислових підприємств в умовах війни.



Рис. 3. Класифікація потенційних ризиків ланцюга постачання для промислових підприємств в умовах війни

Fig .3. Classification of potential supply chain risks for industrial enterprises in wartime

Одним із визначальних ризиків ланцюга постачання є інформаційна асиметрія. Сучасний світ живе в інформаційному просторі. Інформація переміщується швидко, адресно, за вимогою; без інформаційної підтримки не може відбуватись жодна логістична операція. Проте великий обсяг інформації створює також значні проблеми для підприємств та їх керівників, що пов'язані із безпекою, достовірністю, доступом, правом володіння нею і використання. Тобто, великі масиви інформації, з якими працює підприємство є передумовою для виникнення цифрової асиметрії – поняття, що у теорії інформаційної асиметрії в економіці пов'язують із ситуацією, коли одна з сторін ринкового обміну має менший обсяг необхідної інформації для прийняття оптимального рішення, ніж інша [16].

У конкурентному середовищі, яке прагне до найкращих результатів діяльності, інформаційна асиметрія може виникати як небажання конкурентів надавати необхідну інформацію, що може послабити їх конкурентні позиції. Наприклад, неповна або недостовірна інформація щодо якості товару, його надійності, вартості або приховування інформації, зокрема щодо екологічності чи соціальної відповідальності, що може негативно вплинути на імідж організації.

Іншим прикладом причин появи інформаційної асиметрії може бути ситуація, коли володіння інформацією надає суб'єкту господарювання певні переваги, які можна використовувати у конкурентній боротьбі, а саме випадок, коли керівники, прагнучи уникнути ризиків, приховують інформацію про угоди, на підставі яких вони працюють із зацікавленими сторонами. Усе це відображається не тільки на ринку та конкурентній

боротьбі на ньому, але і на бізнес-процесах організації, які здійснюються на основі доступу до інформації про ділове середовище організації та її ефективного використання. Слід зазначити, що в конкурентному середовищі інформаційна асиметрія пов'язана, головним чином, із результатом впливу зовнішнього середовища та взаємодією із суб'єктами, що зацікавлені у роботі підприємства, включаючи сам процес конкурентного співіснування. Проте, на інформаційну асиметрію має вплив і внутрішнє середовище, яке є транслятором інформації про організацію у зовнішнє середовище, отже від того, наскільки інформація відповідає критеріям ефективності, наскільки діяльність самої організації здійснюється у межах діючої стратегії і програмних документів, залежить уявлення і сприйняття стейкхолдерів її та бажання підтримувати співпрацю чи її припиняти. Отже, інформаційна асиметрія може як створювати певні конкурентні переваги, так і бути суттєвим недоліком у конкурентній боротьбі. Відтак, важливо виявляти значимі джерела інформаційної асиметрії та керувати інформацією таким чином, щоб досягати критеріїв оптимізації.

Для того, щоб підготуватися до таких випадків ефективно, підприємствам рекомендовано вживати наступних дій [17]: розвивати стратегії прогнозування попиту, які передбачають визначення деталізації і часового горизонту прогнозування аби віднайти рішення по упередженню ризиків в процесах планування продажів і операцій; використовувати просунуті статистичні інструменти прогнозування для генерації реалістичного прогнозу базового попиту; застосовувати ринкову інформацію в моделях прогнозування попиту для певних продуктів; забезпечити динамічний моніторинг прогнозування для швидкого реагування на невідповідності прогнозу.

Отже, коли виникає необхідність оптимізувати діяльність підприємства, а також його логістичний ланцюг, необхідно визначити критерії такого покращення. А це вимагає дослідження рівень інформаційної асиметрії, тобто наскільки підприємство і учасники логістичного ланцюга обізнані з тим, що відбувається у ньому, чи ефективно використовуються залучені кошти, чи добросовісно і своєчасно виконуються зобов'язання та контракти, і взагалі – чи підприємство знає і вміє використовувати релевантну для управління інформацію. У табл. 1 представлено критерії оптимізації логістичного ланцюга, які розглядають експерти консалтингової компанії Мак Кінзі, зокрема: виявлення і збереження логістичних потужностей; забезпечення стійкості у майбутньому; створення прозорості; оцінка реалістичності попиту кінцевого споживача; оцінка реалістичності попиту кінцевого споживача.

Дотримання критеріїв передбачає орієнтацію на споживача, прогноз попиту, планування продажів і операцій. Для тестування різноманітних потужностей і виробничих сценаріїв доцільно використовувати аналіз сценаріїв для розуміння їх фінансових і операційних наслідків. Для прикладу, в умовах пандемії оптимізація виробництва починається зі забезпечення безпеки персоналу. Це включає пошук джерел і можливостей взаємодії з командами кризис-комунікацій для вільного спілкування з працівниками відносно питань ризику інфекціонування і варіантах віддаленої роботи з дому. В умовах війни такий сценарій може бути реалізований також, якщо є можливість функціонування підприємства.

Критерії оптимізації логістичних ланцюгів

Criteria for optimizing logistics chains

Критерій	Характеристика	Стратегії: способи оптимізації
Виявлення і збереження логістичних потужностей	За часів кризи, розуміння наявних та майбутніх логістичних потужностей за видами набуває надважливого, ніж зазвичай значення, оскільки буде визначати пріоритети логістичних потреб в залежності від потреб потужностей і чутливості до часу доставки продукції. Відтак, навіть якщо компанії очікують підвищити продуктивність і надолужити час в їх ланцюгах створення вартості, вони повинні заздалегідь забронювати логістичні потужності для мінімізації впливу на потенційне зростання витрат.	Співпраця з партнерами може бути ефективною стратегією для отримання пріоритетів і підвищення потужностей на більш вигідних умовах: для покращення планування на випадок форс-мажорних обставин за умов швидкого розвитку подій, ситуація залежатиме не тільки від статусу вчасності транспортування вантажів, але також від моніторингу змін у інших питаннях, таких як затори та закриття кордонів. Забезпечення гнучкого та швидкого підходу в управлінні логістикою буде надважливим для швидкої адаптації до будь-яких ситуаційних або природних змін.
Забезпечення стійкості у майбутньому	За умов негайної ідентифікації ризику в ланцюгах постачань, керівники повинні забезпечити гнучкість ланцюгів у майбутньому. Це розпочинається зі встановлення функції оцінювання ризиків ланцюга постачань, постійного оцінювання впливу ризиків, стратегій встановлення і управління ними.	Стандартизація та моніторинг: процеси і інструментарій, створені у період кризи повинні бути формально закріплені у документації, а мозковий центр набуває постійного характеру задля подальшого моніторингу вразливості ланцюга поставок і його надійності. З часом міцна співпраця з постачальниками може аналогічним чином зміцнити всю екосистему поставок для більшої гнучкості.
Створення прозорості	Створення прозорого уявлення про багаторівневий ланцюг поставок починається з визначення критичних компонентів для логістичних операцій. Працюючи з оперативними та виробничими командами, виділяючи перелік технічних характеристик товару, можна визначити ті, які надходять із зон підвищеного ризику та не мають готових заміників.	Ідентифікація ризику: індекс ризику для кожного товару, визначений на основі унікальності та місцезнаходження постачальників, допоможе визначити ті компоненти, які піддаються найвищому ризику.
Оцінка реалістичності попиту кінцевого споживача	Криза може збільшити або зменшити попит на певну продукцію, що робить оцінку реалістичного попиту кінцевого споживача більш складною та важливішою. Підприємствам слід запитати, чи є сигнали попиту, які вони отримують від своїх безпосередніх клієнтів, як короткострокові, так і середньострокові, реалістичними та чи відображають основну невизначеність у прогнозі. Команда з планування попиту, використовуючи свій галузевий досвід та доступні аналітичні інструменти, повинна бути в змозі знайти надійний сигнал попиту для визначення необхідної пропозиції — результат якого слід обговорити та узгодити в інтегрованому плануванні продажів і операцій процесів. Крім того, канали безпосереднього зв'язку зі споживачем, ринкова інформація, а також внутрішні та зовнішні бази даних можуть надати неоціненну інформацію для оцінки поточного стану попиту серед клієнтів та їх клієнтів. Коли джерела даних обмежені, відкрите спілкування з прямими клієнтами може заповнити принаймні деякі прогалини. Беручи до уваги ці фактори, прогнозування попиту вимагає чіткого процесу для успішної навігації в невизначених і постійно мінливих умовах.	Стратегія прогнозування попиту: визначення деталізації та часового горизонту для прогнозу, щоб приймати зважені на ризик рішення в процесі виробництва та реалізації продукції; використання передових інструментів статистичного прогнозування дозволяє створити реалістичний прогноз базового попиту; забезпечення динамічного моніторингу прогнозів для швидкого реагування на неточності; зменшення обсягів та збільшення ритмічності замовлень, а також додавання гнучкості до умов контракту може покращити результати як для постачальників, так і для їхніх клієнтів, згладжуючи піки та спади, які підвищують витрати та відходи. Процес сортування, який визначає пріоритети клієнтів за стратегічною важливістю, прибутковістю та доходом, також допомагає забезпечити безперервність комерційних відносин.

Сформовано на основі джерела [15]

Процес впровадження сценарію планування фінансових і операційних заходів у випадку продовження зупинки потужностей на основі оцінки основного впливу на доступність потужностей та їх використання, повинен визначити, яка саме продукція має найвищу стратегічну цінність з огляду на важливість для здоров'я і захисту людей, а також потенціал до отримання доходу. Це завдання є актуальним як на поточний період, так і на період майбутнього відновлення. Такий аналіз рекомендують готувати крос-функціональною командою, яка включає спеціалістів з маркетингу і продажів, операційний і стратегічний персонал, а також людей, які можуть адаптувати оновлені макроекономічні прогнози до очікуваного впливу на підприємство. По можливості, цифрова платформа може покращити планування виробництва і ланцюга постачань з очікуваним попитом за різних обставин. Переоцінити значення технологій та техніки у сучасному світі практично неможливо. В процесі розвитку економічних відносин, в результаті технічної революції настав новий етап розвитку цивілізації – з постіндустріальним або інформаційним типом суспільства. На сьогодні усунути недолік інформації асиметрії, а також ефективно інтегруватись у логістичні ланцюги постачання дозволяють процеси автоматизації управління логістичними операціями, інформаційні системи збору, обробки та зберігання інформації. Підхід до оброблення інформації суттєво змінився, оскільки самі інформаційні потоки більше не є обмеженими та доступними лише для привілейованих членів суспільства (за виключенням Північної Кореї, деяких країн Африки та країн, у яких ведуть активні військові дії).

Глобальна мережа Інтернет, що набула широкого використання у світі (близько 50 % усього населення Землі і ця цифра росте з кожним роком) назавжди змінила підхід до визначення цінності як самої інформації, так і людей, що являються її розпорядниками. Запам'ятовувати чи переписувати велику кількість даних уже не реально і не потрібно, за людей це роблять машини, завдання ж людини – вміти швидко знайти потрібну інформацію в інформаційному полі, відділити потрібне, проаналізувати та зробити висновки.

Прикладом оцифрування процесу управління ланцюгами постачань, що підвищує швидкість, точність і гнучкість в управлінні ризиками постачань є цифрова кластеризація потенційних постачальників із демонстрацією їх спільних можливостей. Зокрема, оцінка ступеню співпраці компаній дозволяє розширити базу постачальників за рахунок ідентифікування готових до співпраці кваліфікованих постачальників продукції високої складності з раніше недоступних джерел [16].

Такі швидкі та глобальні зміни не могли не відобразитись на умовах та способах функціонування логістичного ланцюга. Цифрова реальність дала поштовх для розвитку нових видів послуг, виникнення абсолютно нових професій та суттєво вплинула на управлінську діяльність. Опиняючись перед невизначеністю, керівник отримує нові виклики і завдання, для вирішення яких може використовувати такі основні можливості. По-перше, спробувати отримати додаткову релевантну інформацію і ще раз проаналізувати проблему, що дозволяє зменшити її новизну і складність. У даному випадку керівник поєднує отриману додаткову інформацію та її аналіз з накопиченим досвідом, здатністю до судження або інтуїцією, щоб надати ряду результатів суб'єктивну оцінку чи ймовірний результат. Інша можливість – діяти в точній відповідності з минулим досвідом, відповідно до суджень чи інтуїції і зробити припущення про імовірність настання подій та їх наслідків.

Враховуючи те, що в умовах невизначеності, складності та неоднозначності функціонування сучасних підприємств, необхідно враховувати критерії прийняття рішень, що обмежені цілями, можливостями діяльності, потенційними ризиками, особливостями діяльності та менеджменту на підприємстві, дане завдання може бути

вирішене за рахунок постановки задачі оптимізації системи управління. Контроль за витратами є ключовим завданням оптимізації, з яким стикаються менеджери під час управління ланцюгами постачання.

Прозорість досягається в управлінні ланцюгами через можливості виявлення вузьких місць, вказуючи на шлях для оптимізації, і це відповідно робить ланцюг постачання міцнішим та зменшує операційні витрати. Це, своєю чергою, вивільняє працівників і дає можливість команді професіоналів фокусуватись на їхніх основних завданнях і на збільшенні ефективності [18]. У постановці задачі та побудові відповідної моделі оптимізації управління на галузевому підприємстві необхідно визначити множину можливих вхідних значень моделі (X), що в умовах управління враховують фактори, що змінюються залежно від впливу внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства та критерій оптимізації (K) – кількісні виміри, які допомагають підприємствам оцінювати прогрес у досягненні цілей. Результати вирішення задачі оптимізації дозволять знайти значення вхідних змінних X , значення параметрів – показників діяльності (P), та значення вихідних змінних – результатів діяльності (Y), що задовольняють заданому критерію оптимізації управління (K). Слід зазначити, що критеріями оптимізації доцільно розглядати ключові показники ефективності (КРІ). Незважаючи на те, що різні підприємства використовують різні показники, ключові показники ефективності завжди є центральними для розуміння результатів діяльності підприємства та того, як можна покращити параметри та показники діяльності, враховуючи встановлені критерії.

На сьогодні розроблена та успішно реалізовано систему показників – КРІ, досягнення певного рівня яких забезпечує підприємству успіх. Одним із класичних підходів до виділення основних категорій КРІ є система таких критеріїв: КРІ клієнта; ключові показники ефективності команди; ключові показники ефективності бізнес – системи; фінансові КРІ [19].

Для логістичних ланцюгів, які мають на меті зростання ринкової вартості виділяють такі критерії: потужність ланцюга, вузькі місця, час, продуктивність, матеріалопотік, оборотність. На практиці підприємства можуть розглядати ті критерії та параметри діяльності, які для себе вважають вирішальними для досягнення поставлених цілей [20, 21]. Оцінювання стратегії управління логістичним ланцюгом в умовах ризиків здійснюють за рахунок КРІ в логістиці, зокрема на кожному етапі логістичного ланцюга [22]. Відповідно, врахування зазначених критеріїв пов'язане із опрацюванням значного обсягу інформаційних ресурсів та виникненням і поширенням інформаційної асиметрії, можливі площини появи якої можна узагальнити такими позиціями: інформація про замовлення, загальний обсяг яких зазначено у контракті та уточняється для кожної поставки з допомогою відповідних інформаційних каналів; динаміка ринкових цін на товари і та сировину; інтеграція у логістичний ланцюг постачання локального, національного та міжнародного рівнів; зв'язки з громадськістю та формування репутаційного іміджу, в тому числі брендинг; кон'юнктура ринку та її динаміка; інформація про діючих та потенційних конкурентів; відповідність нормативним актам та відповідне регулювання видів діяльності.

Таким чином, світовий і вітчизняний досвід та практика управління виділяють такі критерії оптимізації управління, при цьому кожний логістичний ланцюг реалізує той набір, що забезпечує необхідний оптимум очікуваних результатів: відповідність стратегії; адаптивність і гнучкість; результативність і ефективність; цінність для стейкхолдерів; конкурентні переваги; здатність долати виклики та працювати в умовах невизначеності; інформаційна достатність; технологічна відповідність тощо.

Висновки. Таким чином, логістичні ланцюги займають вагомe місце в управлінні підприємствами. В сучасних умовах логістичні ланцюги зазнають суттєвих змін, і як

наслідок піддаються ризикам. Ризики визначають способи оптимізації логістичних ланцюгів на основі врахування умов попередження чи швидкого подолання ризиків під час виконання логістичних операцій. Аналіз ситуації щодо функціонування ланцюгів постачань в Україні визначає необхідність змін, визначених наслідками війни, зокрема: пошкодження основних транспортних артерій; релокацією бізнесу; збільшенням ризиків постачання; зміною структури та інтенсивності експорту і імпорту та товарів, що перевозяться всередині країни. Результати аналізу дозволили виділити ризики, що супроводжують функціонування ланцюгів постачання промислових підприємств.

Отже, усвідомлення ризиків є необхідною та вихідною умовою оптимізації управління ланцюгом постачання. Виділення ризиків дозволяє виробити можливі стратегії управління ланцюгом постачання. Серед критеріїв оптимізації ланцюгів постачання, що формалізуються у стратегіях розглянуто: виявлення і збереження логістичних потужностей; забезпечення стійкості у майбутньому; створення прозорості; оцінка реалістичності попиту кінцевого споживача; оцінка реалістичності попиту кінцевого споживача.

Важливим критерієм оптимізації логістичного ланцюга є подолання інформаційної асиметрії та формування прозорого середовища для його функціонування. Вимагає уваги визначення ключових індикаторів успіху, які окрім оцінки результатів функціонування логістичного ланцюга дозволяють оцінити результати діяльності підприємства, зокрема: відповідність стратегії; адаптивність і гнучкість; результативність і ефективність; цінність для стейкхолдерів; конкурентні переваги; здатність долати виклики та працювати в умовах невизначеності; інформаційна достатність; технологічна відповідність.

1. Центр економічної стратегії. Офіц. сайт. URL : <https://ces.org.ua>. (дата звернення 25.05.2022).
2. Діагностування стану українського бізнесу під час повномасштабної війни Росії з Україною. URL: https://gradus.app/documents/188/BusinessInWar_Gradus_KSE_Report_30032022_ua.pdf (дата звернення 25.05.2022).
3. 10 найбільших логістичних компаній України – хто вони. URL:<https://lading.ua/news/10-najbilshih-logistichnih-kompanij-ukrayini-hto-voni> (дата звернення 27.05.2022).
4. Felipe Bezamat and Kimberley Botwright 7 leaders at Davos 2022 on securing sustainable, resilient supply chains, despite global shocks 2022. URL:<https://www.weforum.org/agenda/2022/05/leaders-supply-chains-davos-2022/>. (дата звернення 1.06.2022).
5. Бауэрсокс, Д. Дж., Клосс Дж. Логистика. Интегрированная цепь поставок: [пер. с англ.] Logistical Management. М. : Олимп-Бизнес, 2001. 640 с.
6. Крикавський Є., Похильченко О., Фертч М. Логістика та управління ланцюгом поставок: підручник Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2020. 848 с.
7. Кривов'язюк І. В., Кулик Ю. М., Волинчук Ю. В. Перспективи розвитку ринку логістичних послуг в умовах пандемії. Ефективна економіка. 2021. № 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2021/89.pdf. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.9.87 (дата звернення 24.05.2022).
8. Давиденко В.В. Інтеграція реверсивної логістики в діяльність підприємств. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи*. 2020. С. 202–203.
9. Кочешкова І. М., Трушкіна Н. В. Реверсивна логістика промислових відходів. *Вісник економічної науки України*. 2018. № 2(35). С. 105–108.
10. Воробей В. Данилюк А., Журовська І. Відповідальне управління ланцюгами постачань. Представництво ООН в Україні. Ініціатива Глобального договору в Україні. URL: www.dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/09-Kliukvina.pdf? (дата звернення 27.05.2022).
11. Григорак М. Ю., Савченко Л. В. Концептуальні основи розвитку реверсивної логістики в циркулярній економіці. *Приазовський економічний вісник*. 2018. № 5(10). С. 78–84.
12. Через агресію росії український експорт знизився вдвічі, а імпорт – втричі. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=81cbbe03-405e-42f7-bb35-37249aee966d&title=CHerezAgresiiuRosiiUkrainskiiEksportZnizivsiaVdvichi-AImportVtrichi>. (дата звернення 27.05.2022).

13. В травні Україна отримає 350 тис тонн палива з нових логістичних маршрутів. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=b06b687c-b3a3-4285-a534-836f562ccea8&title=VTravniUkrainaOtrima350-TisTonnPalivaZNovikhLogistichnikhMarshrutiv>. (дата звернення 27.05.2022).
14. Перебудова логістики в умовах агресії росії проти України. Голос України. Травень 2022. URL: <http://www.golos.com.ua/article/360050>. (дата звернення 1.06.2022).
15. Knut Aliche, Anna Strigel. Supply chain risk management is back. 2020. Supply chain risk management is back | McKinsey (дата звернення 28.05.2022).
16. Knut Aliche, Xavier Azcue, and Edward Barriball. Supply-chain recovery in coronavirus times—plan for now and the future. 2020 | McKinsey (дата звернення 28.05.2022).
17. Полянська А. С. Оптимізація бізнес-процесів в умовах інформаційної асиметрії. Матеріали VII міжнародної науково-практичної конференції (16-17 вересня 2021 р.). Львів: ТзОВ «Галицька видавнича спілка» 2021. С. 51-52.
18. Global value chains in a changing world. Fung Global Institute (FGI), Nanyang Technological University (NTU) and World Trade Organization (WTO). URL: www.wto.org/english/res_e/booksp_e/aid4tradeglobalvalue13_e.pdf. (дата звернення 30.05.2022).
19. Нили Энди, Адамс Крис, Кеннрли Майк. Призма эффективности: карта сбалансированных показателей для измерения успеха в бизнесе и управления: пер с англ. Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003. 400 с
20. Ольве Н., Рой Ж., Веттер М. Оценка эффективности деятельности компании. Практическое руководство по использованию сбалансированной системы показателей: пер с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. 304 с.
21. Караян Уолш. Ключевые показатели менеджмента: пер с англ. К.: Companion Group, 2006. 400с.
22. The Essential Logistics KPIs & Metrics You Need to Track. Oracle NETSUITE. URL: <https://www.netsuite.com/portal/resource/articles/inventory-management/logistics-kpis-metrics.shtml>. (дата звернення 30.05.2022).

References

1. Center for Economic Strategy. Officer. site, ces.org.ua. Accessed 25.05.2022.
2. “Diagnosing the state of Ukrainian business during the full-scale war between Russia and Ukraine.” gradus.app/documents/188/BusinessInWar_Gradus_KSE_Report_30032022_ua.pdf. Accessed 25.05.2022.
3. “10 largest logistics companies in Ukraine - who are they.” Lading, lading.ua/news/10-najbilshih-logistichnih-kompanij-ukrayini-hto-voni/. Accessed 27.05.2022
4. Bezamat, Felipe, and Kimberley Botwright. “7 leaders at Davos 2022 on securing sustainable, resilient supply chains, despite global shocks 2022.” World Economic Forum, www.weforum.org/agenda/2022/05/leaders-supply-chains-davos-2022. Accessed 1.06.2022.
5. Bauersocks, D. J., and J. Kloss. *Logistics. Integrated supply chain: Logistical Management*. Moscow, Olimp-Biznes, 2001.
6. Krykavsky, E., Pokhilchenko, O., and M. Fertch. *Logistics and supply chain management: textbook*. Lviv, Lviv Polytechnic Publishing House, 2020.
7. Kryvovyazyuk I., Kulik Yu., and Yu. Volynchuk. “Prospects for the development of the logistics services market in a pandemic”. *Efficient economy*, no. 9. 2021, www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2021/89.pdf. DOI: 10.32702 / 2307-2105-2021.9.87. Accessed 24.05.2022.
8. Davidenko, V.V. “Integration of reverse logistics in the activities of enterprises.” *Business, innovation, management: problems and prospects*, 2020. pp. 202–203.
9. Kocheshkova I. M., and N. V. Trushkina. “Reversible logistics of industrial waste.” *Bulletin of Economic Science of Ukraine*, no. 2 (35), 2018, pp. 105–108.
10. Sparrow, V. Danyliuk, A., and I. Zhurovskaya. “Responsible management of supply chains.” United Nations Office in Ukraine, www.dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/09-Kliukvina.pdf ? Accessed 27.05.2022.
11. Grigorak, M. Yu., and L.V. Savchenko. “Conceptual foundations of reversible logistics in a circular economy.” *Priazovsky Economic Bulletin*, no.5 (10), 2018, pp. 78–84.
12. “Due to Russia's aggression, Ukrainian exports have halved and imports have tripled.” Ministry of Economy, www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=81cbb03-405e-42f7-bb35-37249aee966d&title=CHerezAgresiiuRosiiUkrainskiiEksportZnizivsiaVdvichi-AImportVtrich. Accessed 27.05.2022.
13. “In May, Ukraine will receive 350 thousand tons of fuel from new logistics routes.” Ministry of Economy, www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=b06b687c-b3a3-4285-a534-836f562ccea8&title=VTravniUkrainaOtrima350-TisTonnPalivaZNovikhLogistichnikhMarshrutiv. Accessed 27.05.2022.

14. "Restructuring of logistics in the face of Russia's aggression against Ukraine." *Voice of Ukraine*, May, 2022, golos.golos.com.ua/article/360050. Accessed 1.06.2022.
15. Alicke, Knut, and Anna Strigel. *Supply chain risk management is back*. McKinsey, 2020.
16. Alicke, Knut, Azcue, Xavier, and Edward Barriball. *Supply-chain recovery in coronavirus times — plan for now and the future*. McKinsey, 2020.
17. Polyanska, A. "Optimization of business processes in terms of information asymmetry." *Proceedings of the VII International Scientific and Practical Conference (September 16-17, 2021)*. Lviv, Galician Publishing Union LLC, 2021, pp. 51-52.
18. "Global value chains in a changing world." Fung Global Institute (FGI), Nanyang Technological University (NTU) and World Trade Organization. World Trade Organization, www.wto.org/english/res_e/booksp_e/aid4tradeglobalvalue13_e.pdf. Accessed 30.05.2022.
19. Neely, Andy, Adams, Chris, and Mike Kennly. *The prism of efficiency: a map of balanced scores to measure business success and management*. Dnepropetrovsk, Balance Club, 2003.
20. Olve, N., Roy, J., and M. Wetter *Evaluation of the effectiveness of the compan. A Practical Guide to Using a Balanced Scorecard*. Moskow, Williams Publishing House, 2004.
21. Walsh, Karajan. *Key management indicators*. Kiev, Companion Group, 2006.
22. "The Essential Logistics KPIs & Metrics You Need to Track." Oracle NETSUITE, www.netsuite.com/portal/resource/articles/inventory-management/logistics-kpis-metrics.shtml. Accessed 30.05.2022.

УДК 658:005

doi: 10.15330/apred.2.18.127-137

Станьковська І. М.¹, Шиптур О. В.², Станьковський Т. В.³

СЦЕНАРНЕ ПЛАНУВАННЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Івано-Франківський національний
технічний університет нафти і газу,
Міністерства освіти і науки України
кафедра менеджменту та адміністрування,
вул. Карпатська, 15, м. Івано-Франківськ,
76019, Україна,
¹ тел.: 0667776777,
e-mail: irinastankovska@i.ua,
ORCID ID: 0000-0001-7298-4449

² тел.: +38 (0342) 72-58-75,
e-mail: olexandra.shyptur@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0001-5203-4534

³ тел.: +38 (0342) 72-58-75,
e-mail: stankovskytaras@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0001-8513-5542

Анотація. Клієнтоорієнтованість виступає запорукою міцної конкурентної позиції підприємства. Особливо актуальним для газорозподільних підприємств дане поняття стало в останні роки (через запровадження конкуренції на ринку газу). Такі зміни не тільки змусили підприємства змінити свій підхід до функціонування, але й продемонстрували, що навіть монопольні ринки, які звикли до повної стабільності, сьогодні зазнаватимуть значних перетворень та непрогнозованих змін. Саме сценарне планування покликане для врегулювання та прогнозу зовнішньої нестабільності. Проведено аналіз розвитку клієнтоорієнтованості газорозподільного підприємства, обґрунтування доцільності впровадження заходів для підвищення рівня його клієнтоорієнтованості.

У даній науковій роботі сформовано визначення «клієнтоорієнтованість», «рівень клієнтоорієнтованості»; проаналізовано сучасні методи оцінювання рівня клієнтоорієнтованості; дослідження особливості сценарного планування як однієї з основних технологій стратегічного управління; проаналізовано та оцінено рівень клієнтоорієнтованості АТ «Івано-Франківськгаз», розроблено сценарії розвитку клієнтоорієнтованості товариства, досліджено ефективність кожної із запропонованих альтернатив та виокремлено сценарій впровадження сучасних методів навчання в товаристві як найбільш ймовірну та ефективну альтернативу для розвитку клієнтоорієнтованості АТ «Івано-Франківськгаз». На підставі проведених наукових досліджень та опублікованих наукових робіт було виокремлено клієнтоорієнтованість, як один з основних шляхів забезпечення конкурентоспроможності «Івано-Франківськгаз».

Для реалізації зазначених завдань використано методи аналізу та синтезу, метод індексу NPS, метод дерева рішень, аналітичний та графічний методи, метод лінійного прогнозування та метод наукового узагальнення.

Наукова новизна результатів полягають в такому:

- запропоновано використання методів сценарного планування для вибору та реалізації шляхів забезпечення клієнтоорієнтованості газорозподільних підприємств.

Практична цінність одержаних результатів набула подальшого розвитку у:

- оцінюванні клієнтоорієнтованості АТ «Івано-Франківськгаз» за допомогою індексу NPS розрахованого за результатами анкетування;

- розробці сценаріїв розвитку клієнтоорієнтованості для АТ «Івано-Франківськгаз»;

- застосуванні методу «дерева рішень» для формування сценаріїв розвитку клієнтоорієнтованості АТ «Івано-Франківськгаз».

Ключові слова: клієнтоорієнтованість, сценарне планування, рівень клієнтоорієнтованості підприємства, індекс NPS, розробка сценаріїв, лінійний прогноз, графічний метод, опитування респондентів, газорозподільне підприємство.

Stankovska I. M.¹, Shyptur O. V.², Stankovskyi T. V.³

SCENARIO PLANNING OF THE CUSTOMER ORIENTATION OF THE COMPANY

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Management and Administration,
Carpatska str., 15, Ivano-Frankivsk,
76019, Ukraine,
¹tel.:0667776777,
e-mail: irinastankovska@i.ua,
ORCID ID: 0000-0001-7298-4449

² тел.: +38 (0342) 72-58-75,
e-mail: olexandra.shyptur@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0001-5203-4534

¹ тел.: +38 (0342) 72-58-75,
e-mail: stankovskytaras@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0001-8513-5542

Abstract. Customer orientation is a key factor for strong competitive position of the enterprise. This notion has become particularly relevant for gas utilities in recent years (due to the introduction of competition in the gas market). These changes not only forced enterprises to change their approach to operations but also demonstrated that even monopoly markets, which are used to complete stability, today will require significant reorganization and unpredictable changes. Scenario planning itself is crucial for the prevention and prediction of external instability.

An analysis of the development of customer orientation of the gas distribution company, substantiation of feasibility of implementation of measures for increasing of level of its customer orientation.

This scientific work formulates the definition of "customer orientation", "customer orientation"; analyzes the current methods of assessing the level of client orientation; examination of the features of scenario planning as one of the basic technologies of strategic management; analyzed and evaluated the level of clientorientation of «Ivano-Frankivskgas» joint-stock company, create scenarios of development of the company's customer orientation, the efficiency of each of the proposed alternatives is investigated and the scenario of implementation of modern methods of training in the company as the most probable and effective alternative for the development of customer orientation of «Ivano-Frankivskgas» is outlined. On the basis of the conducted scientific researches and published scientific works the customer orientation, as one of the main ways for providing competitiveness of "Ivano-Frankivskgas" was determined.

For realization of the mentioned tasks analysis and synthesis methods, NPS index method, decision trees method, analytical and graphical methods, line forecasting method and method of scientific generalization were used.

The scientific novelty of the results are as follows:

- Application of methods of scenario planning for choosing and realization of ways of providing customer orientation of gas supplying enterprises is suggested.

Practical relevance of the results obtained has been further developed in:

- assessment of customer orientation of «Ivano-Frankivskgas» by means of the index NPS calculated based on the results of the questionnaire;

- development of scenarios of customer orientation development for «Ivano-Frankivskgas»;

- application of «decision trees» method for forming scenarios of customer orientation development of Ivano-Frankivskgas.

Key words: customer orientation, scenario planning, level of customer orientation of the enterprise, NPS index, scenario development, linear regression forecast, graph method, respondent's survey, gas supply company.

Introduction. The instability of the natural gas market and the significant changes that have occurred over the past few years, force gas utilities to take a new look at their customers. The old relations of the company as a structure that has absolute power in this market and the client as a market entity, that has no rights to choose are changing. This is a completely new type of relationship for this type of market - partnership. Now the customer, the client has not only become a subject of the market, a partner of the company, but also the main ornament of the company in the external environment, the consumers of the client define the direction of activity of the modern company. Customer orientation has become the main and unanimous approach to achieving high competitive positions and efficiency of the company's activity.

These changes not only forced enterprises to change their approach to operations but also demonstrated that even monopoly markets, which are used to complete stability, today will require significant reorganization and unpredictable changes. Scenario planning itself is crucial for the prevention and prediction of external instability.

Despite the fact that both the customer orientation and scenario planning are the subject of a significant number of scientific works of domestic and foreign scientists, including: R. Deshpande, J. Farmer, J. F. K., and others, which have been published in the Internet. Deshpande, J. Farley, J.F. Webster, Evert S., Reichheld F., R. Ackoff, Prodan I.O., Riznik J.I., and others, none of the studies have revealed the potential of customer orientation due to the scenario approach.

Problem statement. The aim of research is analysis of development of customer orientation of gas supplying enterprise, substantiation of feasibility of implementation of measures for increasing of level of its customer orientation.

The objectives of the study are: definition of the notion of «customer orientation», analysis of modern methods of assessment of customer orientation level; study of peculiarities of scenario planning; analysis and evaluation of customer orientation level of «Ivano-Frankivskgas», search for scenarios of development of customer orientation of the company.

For realization of the mentioned tasks analysis and synthesis methods, NPS index method, decision trees method, analytical and graphical methods, line forecasting method and method of scientific generalization were used.

Results. Today's scientists have different interpretations of the concept of customer orientation. For example, such scientists as R. Deshpande, J. Farley and J.F. Webster assert that customer orientation is a set of beliefs that prioritize the interests of the customer, while taking into account the interests of the company (owners, employees) and contributing to the development of the company. [1] The American Marketing Association has a similar opinion: «Customer focus is an approach to selling in which the customer's needs and interests are of primary importance» [2].

Another group of scientists - J. W. Farley, F. E. Webster and I. Mann, considering customer orientation as a strategy or a way of doing business, state that it is an initiative of positive emotions in existing customers, which leads to repeated purchases and obtaining new customers on the basis of recommendations of existing customers. [3]

Evert S. asserts that customer orientation is the ability of an enterprise to identify the potential consumers needs and to satisfy them. [4, c. 309]

There are several groups of views on the definition of customer orientation in scientific literature: [4, p. 309-310]

- As taking into account the interests of consumers for the first priority, assessment of customer loyalty;

- As a type of strategic management of the enterprise, the concept of doing business;

- As one of the tools of management, the characteristic of business.

Customer-oriented approach - the concept of business conduct, the main criterion for which is the satisfaction of customer needs, increasing its level of loyalty and achieving joint goals of the company and the customer.

Typically, this approach brings some benefits both to the client (customer), and to the company itself. Let's describe the main benefits for the customer: [5, p. 166].

1. Financial - obtaining bonuses, personal discounts, participation in promotions and gift drawings. [5, c. 166]

2. Psychological - the feeling of specialness and emotional attachment to the company.

3. Social - establishment of new partnerships, friendly relations with employees, an individual approach during the service.

The main benefits of the company are - increasing the level of competitiveness, obtaining additional profits, creating a positive reputation and establishing partnerships with customers, which in turn allows to reduce costs associated with the proliferation of customers and their constant search. [5, c. 166]

Based on the studied definitions, we can suggest the following formulation of customer orientation - the concept of business activity is aimed at satisfying the home interests of its real potential customers in order to establish a loyal, partnership relationship with the aim of securing the company's benefits.

Customer orientation level is the level and quality of implementation of customer focus approach by the enterprise in its main spheres of activity.

To determine the level of development of the Customer orientation approach of the enterprise the following indicators are tested, which can actually be divided into three groups: [6, p.6]

- indicators that test the customer orientation of the personnel;

- indicators showing whether the company is client-oriented by means of client assessment;

- indicators that test customer satisfaction with the condition of the company.

Methods of determining the level of clienteliness of the enterprise:

1. ALADIS method (Attentive Listening & Accounting for the Degree of Influence on Satisfaction) - respectful listening and accounting for the degree of influence on satisfaction. [7, c.27]

The method is based on the client's interview, during which he or she answers the questions related to the main shortcomings and problems of the company that the client has previously encountered, At the same time, giving an assessment on a 5-point evaluation scale about the extent of their influence on his/her attitude towards the company. [7, c.27]

2. Mystery Shopping or Real Contacts Audit (RCA) methodology. Mystery Shopping (for offline channels) or RCA (for online channels) calculates the index of customer service (which in turn indicates the level of customer satisfaction). This methodology helps to establish compliance with customer service standards and assess the completeness and reliability of the information provided by the client. [7, c.25]

Such methodology allows to examine both offline channel and online channel of interaction with customers, as well as to determine the level of service of both the company and an individual employee.

3. NPS - Net Promoter Score (Net Promoter Index). The NPS methodology states that the level of customer loyalty is interdependent with his readiness to recommend the company to other customers (colleagues, relatives, friends, etc.). [9, c. 198].

The methodology is based on an interview in which the client is asked two questions. The main question is: «On a scale from 0 to 10, how likely would you be to recommend this company's product or service to your friends», where 0 means «I would definitely not recommend it»? Based on these ratings, customers are divided into three groups: [4, p.311; 7, p. 26].

1. «Promoters» - rating of 9-10 - have the highest level of loyalty, they will be eager to recommend your company to others and support it even during the most difficult times.

2. «Passive clients» - a score of 7-8 – «passive clients», they are neutral about the company and are reluctant to recommend it to anybody else, they do not feel dissatisfaction, and do not see the positive sides of the company. They will easily switch to a competitor. [4, c.311]

3. «Detractors» - score 0 - 6 - the most dissatisfied customers not only do not recommend the company to others, but also create a negative image of it.

The NPS index is calculated as the difference between the percentage ratio of «promoters» and «critics» and shows the level of customer loyalty. The value of the index varies from +100 to -100. If the NPS index is positive, the loyalty level is above average. The value of the index of +50 is considered excellent, but it is difficult for the company to achieve it. [4, c.311]

Today scenario planning is one of the most effective tools of modern management and strategic analysis. Scenario approach consists in conducting a scenario study, in the course of which there are several alternative pictures of the future or scenarios.

Herman Kahn, who is considered to be the father of scenario planning, asserts that the scenario is «a set of hypothetical events that occur in the future, created to clarify a possible line of causal and consequential events, as well as the points of their solutions». [10, c.23].

Scenario planning is a tool of strategic management based on the examination and analysis of several most possible alternatives for the development of the future, and the formulation of actions of the enterprise corresponding to each of the alternatives.

The methods of developing scenarios include:

1. The method of creating a system of diagrams. This method is based on the use of diagram systems in which the main goals of the enterprise are stated, future scenarios are created for each of the subsystems and the enterprise strategy is formed on this basis.

2. The method of critical fields. Scenarios are formed on the basis of the structure of the enterprise. When developing scenarios, the main critical points of decision-making that can change the structure of the enterprise are investigated. Most often the critical fields are shareholders' meetings, meetings of directors or the supervisory board, etc. In this case scenarios predict possible actions of shareholders and their influence on the enterprise.

3. The Eta method. It is used when working out scenarios of possible events taking into account the domino effect. ETA allows you to indicate whether or not the safety devices, which react to the occurrence of the next ignition event, have worked. ETA allows for a high degree of complexity of the scenarios aimed at identifying causes and errors.

4. The method of «logics of possible development». Scenarios are based on the establishment and analysis of factors of the external and internal environment that influence the performance of the enterprise.

5. Decision tree method. First of all, analysis of activity of the enterprise and environment is performed, on the basis of the received results "decision tree" is created which is formed on the basis of nodes (main, critical events) and blocks linking these events among themselves.

To determine the most effective result calculate the probability of one or another scenario, as well as its NPV.

The article [11] analyzed the conditions and necessity of training the personnel of «Ivano-Frankivskgas» and examined the main hard and soft skills of the employees. It was found that one of the main skills of the staff is the skills of client-oriented approach. According to the research we can understand that customer orientation is the basic element of increase of competitive ability of «Ivano-Frankivskgas».

The analysis of the level of development of customer orientation of «Ivano-Frankivskgas» was carried out by means of NPS index calculated according to the results of the questionnaire, conducted among «Ivano-Frankivskgas» clients of different age groups (the questionnaire is submitted according to the reference [12]).

According to the survey, «promoters» occupy 20%; «neutrals» - 20%; «critics» - 60%.

$$NPS = 20 - 60 = -40\%$$

Since the value of the index is significant, we can conclude that the company has a low level of service. Among the main reasons for the result, respondents identified: price level, quality and promptness of delivery, quality of advice and reputation of the company.

Thus, the very areas identified by the respondents require improvement and can significantly increase the level of competitiveness of the company due to the development of client orientation.

Based on the obtained results developed scenarios of increasing the level of competitiveness of «Ivano-Frankivsk gas».

Identified problem - low level of customer orientation, caused by problems of development of the personnel management system and general state of the company.

On the basis of the identified problems we formulate three scenarios of the company's customer orientation improvement (table 1).

Table 1

Scenarios of customer orientation development of «Ivano-Frankivskgas»

Scenario 1	Scenario 2.	Scenario 3.
Conducting a series of action and case studies	Carrying out capital repairs of the gas transmission network by obtaining additional funds from the state investment program	Development of a plan for restructuring receivables
Probability: 0.55	Probability: 0.75	Probability: 0.65
Objective: - for the staff to acquire new service skills; - enhancement of professionalism; - increasing the number of positive feedback from the customers;	Objective: - improving the quality of the gas transportation system; - improvement of customer satisfaction and safety level; - acquisition of 11 million hryvnias of state investments for maintenance of the network; - annual repair of 50 km of the network.	Objective: - restructuring of 10.50% of accounts receivable and bringing them to UAH 145,575.5 thousand; -informing consumers of the possibility of restructuring their accounts receivable.
Specifics: The training is initially best suited for employees in the area of supply (competitive area of activity) the number of employees is 75 people. The cost of training is calculated on a hypothetical basis, According to information available on the Internet, the cost of these types of training per person is about 1 thousand UAH.	Specifics: - The safety and condition of the network is one of the most important for the customers; -The gas transportation network of Precarpathia is one of the oldest in Ukraine; - Substantiation of the necessity of state investments; - Elaboration of the Capital Repair Plan for 5 years; - Covering 50% of expenses from the state investment program.	Specifics: As of June 2021, the receivables of Ivano-Frankivskgas will amount to UAH 611.413 million. Development of a detailed restructuring plan and notification of consumers about this possibility. The debt is restructured for up to 12 months, depending on the amount of debt and the level of the client's cumulative income. Normally, the debt must be repaid in equal installments, and the amount of the first installment is 30 to 50 cents.
Benefits: 1. Increase professionalism of staff (75 employees) of the sphere of supply. 2. Introduction of modern approaches to training. 3. Responding to emergency situations. 4. Increasing the level of service and advisory services. 5. Increased reliability of the information provided to	Benefits: 1. Organization of measures to improve the state of the networks. 2. Reducing costs of maintenance of the gas transmission network, 3. Reduction of natural gas consumption. 4. Reducing the company to the required amount of work - 50 kilometers. 5. Acquisition of 11 million	Benefits: 1. Restructuring of 10.50% of accounts receivable, which amounts to UAH 17.079 million; 2. Increase in the turnover ratio of accounts receivable. 3. Rewithdrawal of additional receivables, 4. Reducing costs of court procedures associated with the return of customers' charges.

customers. 6. Speeding up customer service hours. 7. Increased level of customer loyalty.	hryvnias of investments. 6. Improving the level of safety. 7. Increase in the level of customer loyalty.	5. Increased level of customer service and their trust.
Risks: - Incurring training costs = 75 thousand UAH. (cost of action-training) + 75 thousand UAH (cost of trainings). (cost of case-training) = 150 thousand UAH	Risks: - Non-receipt of additional investments; - incurrence of significant costs 11.05 million UAH. - Increase in the size of the company's balance.	Risks: - Lack of consumer demand among consumers; - increase in accounts receivable; - loss of UAH 7.660 mln.

Formed on the basis of [11], [13], [14].

Evaluation of the probability of the occurrence of the suggested scenarios was made on the basis of PEST-analysis data.

On the basis of the data stated in Table 3.1 we shall form the decision tree (Fig. 1)

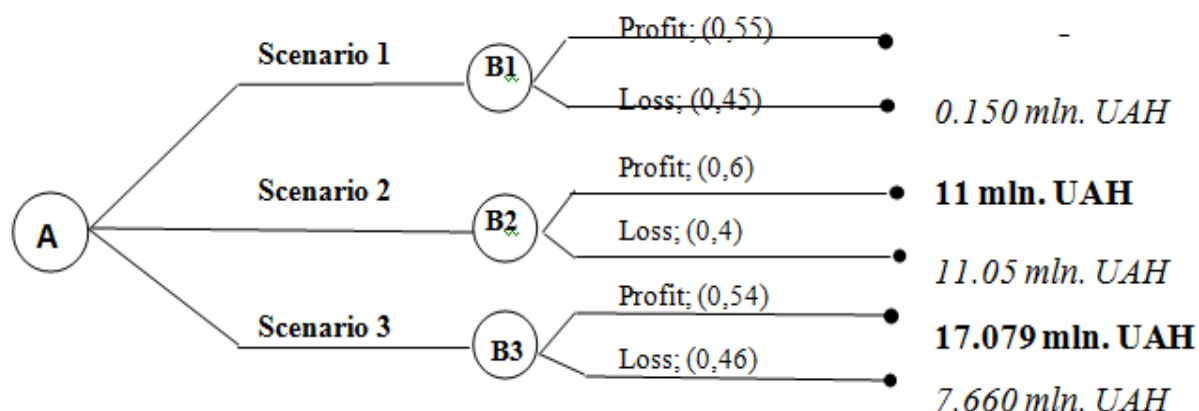


Fig.1. Decision Tree of «Ivano-Frankivskgas»
(Autors` development)

Since the results and specifics of implementation of each scenario were analyzed in paragraph 2, we calculate the economic efficiency of the proposed scenarios and choose the most effective and credible scenario for implementation.

Table 2

Estimated income of the company projected for the probability, mln.

Indicator	Scenario №1	Scenario №2	Scenario №3
Probability	0,55	0,75	0,65
Planned profit:	-	11,0	17,079
Planned income adjusted for probability	-	11,0*0,6=8,25	17,079 *0,65=11,10
Planned loss adjusted for probability	0,150*0,45=0,07	11,5*0,25=2,88	7,660

Economical efficiency of the proposed scenarios.

$$\text{Efficiency} = \text{Efficiency}/\text{Cost} \quad (1.1)$$

Scenario 1. Conducting a series of action and case studies

Since it is difficult to quantify the quantitative impact of conducting training for employees in the field of sales, on the basis of research of the American Association of Management [15], we can assert that such measures, in world practice, allow increasing the productivity of employees twofold. That is allowed to reduce the time of customer service, which accordingly increases the number of customers who were given advice. Moreover, in this case, the loyalty of both the staff and the customers will increase.

Scenario 2. Carrying out capital repairs of the gas transmission network by obtaining additional funds from the state investment program

$$\text{Efficiency} = 11 * 0.75 / 2.88 = 2.86.$$

Since the value of the Efficiency indicator is significantly greater than 1, the company will receive a positive effect from the implementation of this scenario. Besides, we should not forget that this assessment does not take into account the gas transportation system, which will be replaced in this case, in addition, in this scenario we combine investments of the state and the company's costs.

Scenario 3. Development of a plan for restructuring receivables

$$\text{Efficiency} = 17.079 * 0.65 / 7,660 = 1.45$$

Since the value of the Efficiency indicator is >1 , the company receives a positive result from the implementation of these measures.

Conclusion. For realization of the set aim of the research the analysis of customer orientation development of gas supplying enterprise was conducted, the feasibility of implementation of measures for increasing of customer orientation level was grounded. For this purpose the following tasks were implemented: formulated the definition of «customer orientation», «customer orientation level»; analyzed the current methods of assessing the level of customer orientation; examined the peculiarities of scenario planning as one of the main technologies of strategic management; analyzed and evaluated the level of customer orientation of «Ivano-Frankivskgas», developed scenarios of development of the company's customer orientation, the efficiency of each of the proposed alternatives was analyzed and the scenario of implementation of modern methods of training in the company as the most probable and effective alternative for the development of customer orientation of «Ivano-Frankivskgas» was outlined.

The formed scenario approach of the analysis of customer orientation of the company allowed to define the following scenarios of further development:

- aimed at increasing the level of clientorientation of the staff;
- focused on improving customer service level;
- spent on obtaining external investments and increasing the efficiency of the gas supply network.

It was determined that the most effective and feasible for implementation is the scenario of the implementation of modern methods of training, which will not only increase the level of customer service, increase the productivity of employees in the field of sales twice, and significantly increase the level of loyalty of both customers and employees, allow you to gain significant competitive advantages and maintain the positions taken in the market, while not requiring significant costs.

1. Deshpande R., Farley J.U., Webster F.E. Corporate Culture Customer Orientation, Innovativeness in Japanese Firms: A Quadrad Analysis. *Journal of marketing*. 1993. Vol. 57. №1. P. 23–37.

2. American Marketing Association Dictionary. Customer orientation. URL: <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=C> (дата звернення: 10.04.2022)
3. Воржачкова Ю. П. Використання клієнтоорієнтованого підходу при формуванні конкурентної політики на поліграфічних підприємствах. *Економіка підприємства: теорія та практика*: зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. (12 жовтня 2012 р., Київ). К.: КНЕУ. 2012. С. 240–242.
4. Продан І. О., Різник Ю. І. Клієнтоорієнтований підхід як передумова конкурентоспроможності підприємства. *БІЗНЕСІНФОРМ: Економіка, менеджмент і маркетинг*. 2017. № 1. С. 308-312 URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2017-1_0-pages-308_313.pdf. (дата звернення: 10.04.2022)
5. Романчукевич М. Й. Клієнтоорієнтованість як інструмент формування конкурентних переваг компанії економіка та управління підприємствами. *Інфраструктура ринку*. 2018. Випуск 21. С. 165-172 URL: <http://dSPACE.wunu.edu.ua/bitstream/316497/33237/1/30.pdf> (дата звернення: 10.04.2022)
6. Халіна В., Васильєва Т. Структурно-функціональний підхід до формування клієнтоорієнтованої стратегії розвитку підприємства. *Економіка та суспільство*. 2020. (22). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-83> с.1-7
7. Хорошова Ю. О. Розвиток клієнтоорієнтованості підприємства на зарубіжних ринках. Магістерська робота. Тернопільський національний економічний університет. Навчально-науковий інститут міжнародних економічних відносин ім. Б.Д. Гаврилишина. Кафедра міжнародних економічних відносин. Тернопіль, 2018.
8. Щирін Ю., Черненко О. Як почути рівень задоволеності клієнта? *Маркетинг в Україні*. 2018. № 3. С. 28-30.
9. How to Improve Customer Experience: The Definitive Net Promoter Guide. URL: https://cdn2.hubspot.net/hub/268441/file-220371862-pdf/eBooks/eBook__Satmetrix_Customer_Experience_Guide.pdf (дата звернення: 10.04.2022)
10. Muhammad Amer, Tugrul U. Daim, Antonie Jetter A review of scenario planning. *Portland State University, Portland, OR, USA Futures* (February 2013). 2013. Volume 46. P. 23-40. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0016328712001978> (дата звернення: 10.04.2022)
11. Станьковська І.М., Шиптур О.В. Розвиток та навчання персоналу газорозподільних підприємств. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу* (серія «Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості»). 2021. №1 (23). С.7-20. [https://doi.org/10.31471/2409-0948-2021-1\(23\)](https://doi.org/10.31471/2409-0948-2021-1(23))
12. Анкета АТ "Івано-Франківськгаз" URL: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSflsFVLEByg4wXOg5bf322XgB8GzCXX7nr6rSd5KwHNqWsGrg/viewform> (дата звернення: 10.04.2022)
13. Левову частку коштів ПАТ "ІВАНО-ФРАНКІВСЬКГАЗ" спрямує на ремонт та заміну газових мереж. *Офіційний сайт АТ «Івано-Франківськгаз»*. (24.01.2019) 2019. URL: <https://if.dsoua.com/ua/for-clients/news/id/levovu-chasku-koshtiv-pat-ivano-frankivskgaz-sprja-32120> (дата звернення: 10.04.2022)
14. «Івано-Франківськгаз Збут» нагадує: як реструктуризувати борг за газ». *Інтерфакс-Україна* інформ. агентство. 2021. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/press-release/708292.html> (дата звернення: 10.04.2022)
15. Debbie Zmorenski. Increase Training to Improve Results. *ReliablePlant* URL: <https://www.reliableplant.com/Read/29153/training-improves-results> (дата звернення: 10.04.2022)

References

1. Deshpande, R., Farley, J.U., and F.E. Webster. "Corporate Culture Customer Orientation, Innovativeness in Japanese Firms: A Quadrant Analysis." *Journal of marketing*, vol. 57, no.1, 1993, pp. 23–37.
2. American Marketing Association Dictionary. Customer orientation, www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=C Accessed 20 Apr.2022.
3. Vorzhakova, Y.P. "The use of customer-oriented approach in the formation of competition policy in printing companies." *Business economics: theory and practice: coll. materials IV International scientific-practical conf. (October 12, 2012, Kyiv)*. Kyiv, KNEU, 2012, pp. 240–242.
4. Prodan, I.O., and Y.I. Riznyk. "Customer-oriented approach as a prerequisite for enterprise competitiveness." *BUSINESSINFORM*, no. 1, 2017, pp. 308-312, www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2017-1_0-pages-308_313.pdf . Accessed 20 Apr.2022.
5. Romanchukevich, M.J. "Customer orientation as a tool for the formation of competitive advantages of the company economics and enterprise management." *Market infrastructure*, Issue 21, 2018, pp. 165-172 WUNU, dSPACE.wunu.edu.ua/bitstream/316497/33237/1/30.pdf. Accessed 20 Apr.2022.

6. Khalina, V., and T.Vasilieva. "Structural and functional approach to the formation of customer-oriented enterprise development strategy." *Economy and Society*, no.(22), 2020. doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-83 c.1-7
7. Khoroshova, Y.O. Development of customer orientation of the enterprise in foreign markets. Master thesis. Ternopil National University of Economics. Educational and Scientific Institute of International Economic Relations. Ternopil. 2018.
8. Shchyrin, Y., and O. Chernenko. "How to hear the level of customer satisfaction?" *Marketing in Ukraine*, no. 3,2018, pp. 28–30.
9. *How to Improve Customer Experience: The Definitive Net Promoter Guide*. cdn2.hubspot, cdn2.hubspot.net/hub/268441/file-220371862-pdf / eBooks / eBook__Satmetrix_Customer_Experience_Guide.pdf. Accessed 20 Apr.2022.
10. Amer, Muhammad, Daim, Tugrul U., and Antonie Jetter. *A review of scenario planning*. Portland, Portland State University, 2013, vol, 46, pp. 23-40. Sciencedirect, www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0016328712001978. Accessed 20 Apr.2022.
11. Stankovska, I.M., and O.V. Shiptur. "Development and training of gas distribution company staff." *Scientific Bulletin of Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas (series "Economics and Management in the Oil and Gas Industry")*, no.1 (23), 2021, pp.7-20. doi.org/10.31471/2409-0948-2021-1(23)
12. Questionnaire of JSC "Ivano-Frankivskgas", docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSflsFVLEByg4wXOg5bf322XgB8GzCXX7nr6rSd5KwHNqWsGr g/viewform. Accessed 20 Apr.2022.
13. "The lion's share of funds of PJSC "IVANO-FRANKIVSKGAZ" will be directed to the repair and replacement of gas networks." Official site of JSC "Ivano-Frankivskgas". January 24, 2019, if.dsoua.com/en/for-clients/news/id/levovu-chasku-koshtiv-pat-ivano-frankivskgaz-sprja-32120. Accessed 20 Apr.2022.
14. "Ivano-Frankivskgaz Zbut" reminds: how to restructure the debt for gas. Interfax-Ukraine inform. agency. 2021. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/press-release/708292.html>. Accessed 20 Apr.2022.
15. Debbie Zmorenski. Increase Training to Improve Results. ReliablePlant URL: <https://www.reliableplant.com/Read/29153/training-improves-results>. Accessed 20 Apr.2022.

УДК 658.821

doi: 10.15330/apred.2.18.137-145

Галюк І. Б.¹, Вербовська Л. С.², Стецко О. І.³

**СПЕЦИФІКА ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНІХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ
КОМУНІКАЦІЙ ТА ПОВЕДІНКИ ЛІДЕРА В УМОВАХ ЗМІН**

Івано-Франківський національний технічний
університет нафти і газу,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра менеджменту та адміністрування,
вул. Карпатська, 15, м. Івано-Франківськ,
76000, Україна,
¹тел.: +380975073311,
e-mail: irynagaliuk11@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0726-1954>

²тел.: +380666091419,
e-mail: verlesya@gmail.com,
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2509-1194>

³тел.: +380950335647,
e-mail: stetskoo@ukr.net

Анотація. Стаття присвячена визначенню ролі лідера та окресленню основних принципів побудови комунікації з командою в умовах змін. Для досягнення мети дослідження використано метод теоретичного дослідження, загально-логічний та метод узагальнення.

Авторами розглянуто особливості організації внутрішніх комунікацій на підприємстві в умовах змін, які полягають у виокремленні специфічних функцій, що повинні бути представлені у межах цих процесів.

У статті представлено структуру комунікацій в організації, яка використовується у стабільних умовах функціонування підприємства. Окреслено специфічні функції управлінського складу у забезпеченні комунікативної складової у процесі управління підприємством. Виокремлено завдання безпосередніх керівників команд, які вони повинні виконувати задля гармонізації комунікативних процесів у межах окремого підрозділу. Представлено переваги, які отримуються в ситуації правильно організованої внутрішньої комунікації.

У процесі проведеного дослідження виділено специфіку організації комунікативних процесів в умовах змін, особливо непередбачуваних, наприклад, викликаних карантинними обмеженнями, воєнним станом тощо. Визначено, що роль лідера у забезпеченні емоційної стабільності та рівноваги команди є визначальною. Оскільки ситуація змін потребує відповідального лідерства – лідер сповідує цінності організації, готовий бути прикладом для команди, створює передумови для відчуття залученості членів команди тощо, то відповідна поведінка лідера сприяє гуртуванню колективу до спільних дій і зменшує імовірність панічно-депресивних настроїв у членів команди.

На основі проведеного дослідження авторами зроблено висновки, основним з яких є розуміння того, ефективна внутрішня комунікація дозволяє формувати сильні колективи, які об'єднані спільними цінностями: відповідальністю, командним духом, добросесністю.

Визначено, що в умовах змін внутрішня комунікація повинна виконувати ще одну функцію – підтримуючу, суть якої полягає у збереженні емоційної рівноваги в колективі і виконання якої покладається на лідера як ініціатора комунікативних зв'язків. Лише такий підхід дозволить зменшити опір та знизити рівень напруги у колективі і зробити процес адаптації до змін менш травматичним.

Ключові слова: внутрішні комунікації, процеси змін, відповідальне лідерство.

Haliuk I. B.¹, Verbovska L. S.², Stetsko O. I.³

**COMMUNICATION ASPECTS OF MANAGEMENT WORK
ON THE BASIS OF LEADERSHIP**

Ivano-Frankivsk National Technical
University of Oil and Gas,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Management and Administration,
street Karpatska, 15, Ivano-Frankivsk,
76008, Ukraine,
¹tel. +380975073311,
e-mail: irynagaliuk11@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0002-0726-1954

²тел.+380666091419,
e-mail: verlesya@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0002-2509-1194

³tel. +380950335647,
e-mail: stetskoo@ukr.net

Abstract. The article is devoted to defining the role of the leader and outlining the basic principles of building communication with the team in a changing environment. To achieve the goal of the research, the method of theoretical research, general logic and generalization method were used.

The authors consider the peculiarities of the organization of internal communications at the enterprise in the context of changes, which are to identify specific functions that must be represented within these processes.

The authors present the structure of communications in the organization, which is used in stable conditions of the enterprise. The specific functions of the management staff in providing the communicative component in the process of enterprise management are outlined. The tasks of the immediate team leaders, which they must perform in order to harmonize the communication processes within a separate unit, are highlighted. The advantages obtained in a situation of properly organized internal communication are presented.

In the course of the research the specifics of the organization of communicative processes in the conditions of changes, especially unpredictable, for example, caused by quarantine restrictions, martial law, etc. are highlighted. It is determined that the role of the leader in ensuring emotional stability and balance of the team is crucial. As the situation of change requires responsible leadership - the leader professes the values of the organization, ready to be an example for the team, creates conditions for a sense of team involvement, etc., the appropriate behavior of the leader

Based on the study, the authors concluded that the main one is the understanding that effective internal communication allows you to form strong teams that are united by common values: responsibility, team spirit, integrity.

It is determined that in the conditions of changes, internal communication should perform another function - supportive, the essence of which is to maintain emotional balance in the team and the implementation of which falls on the leader as the initiator of communication. Only such an approach will reduce resistance and reduce the level of tension in the team and make the process of adaptation to change less traumatic.

Key words: internal communications, change processes, responsible leadership.

Вступ. Економіка держави в цілому та господарська діяльність підприємств зокрема переживає непрості часи, що відображається на результируючих показниках роботи. Спочатку карантинні обмеження не дозволяли провадити повноцінну діяльність та забезпечувати випуск продукції у повному обсязі. Підсилювалась негативна сторона ситуації падінням попиту та платоспроможності частини населення. Економічне підґрунтя похитнулося. Воєнні дії на території України ще дужче посилили хиткість становища багатьох організацій. В таких умовах більшість підприємств стикнулись із питанням врегулювання взаємовідносин у колективі та правильної організації внутрішніх комунікацій. В умовах змін, а тим паче непрогнозованих змін, ці питання набирають ще більшої ваги і потребують ще більше зусиль для їх вирішення.

Питанням організації ефективної комунікації в організації приділено багато уваги в працях українських та зарубіжних науковців: В. Бебика [1], Л. Пруса [2], В. Різуна [3], Н. Петрука [4], М. Мандзюка [5], Н. Шпака [6], О. Шубіна [7], М. Бадеа [8], С. Козулі [9], П. Кожинського та Г. Мазурека [10] та ін. Автори вивчали специфіку комунікацій в організації, особливості її побудови, можливості застосування окремих методів та підходів до підвищення ефективності внутрішнього інформаційного обміну. Невирішеними до кінця залишаються питання організації комунікативних процесів на підприємстві в умовах змін.

Питанням роботи підприємства в умовах змін значну увагу приділено у роботах багатьох дослідників: Т. Гринька [11], С. Степаненка [12], С. Стеціва [13], Д. Савло [14], М. Райса [15], Дж. Балогана [16], та ін. Наковці вивчали питання організаційних змін на різних рівнях організації управлінських процесів, із залученням психологічних аспектів реалізації змін. Однак, єдиного бачення підходів до управління змінами на підприємстві на сьогодні немає.

Роль лідера у забезпеченні комунікативного обміну всередині організації, в умовах змін, які мають місце в діяльності підприємства, вивчали науковці різних країн: Гузар О. [17], Пашко Л. А. [18], Йохансон К. та Міллер В., Гамрін С. [19] та ін. Представлено ряд бачень місця лідера у процесі впровадження змін, однак питання лідера-комунікатора як основної фігури забезпечення спокою і рівноваги колективу в умовах змін потребує більш досконалого вивчення.

Особливого значення питання ефективних комунікацій набирає у часи змін, коли постає завдання зберегти колектив, його емоційний стан та здатність до прийняття виважених рішень, продовження роботи на належному рівні. Саме лідер та його здібності спілкування та переконання можуть забезпечити адекватний перебіг адаптації команди до нових викликів, які є у зовнішньому середовищі, а подекуди, і створюють загрозу життю.

Постановка завдання. Метою даної статті є визначення ролі лідера та окреслення основних принципів побудови комунікації з командою в умовах змін. Для досягнення мети дослідження використано метод теоретичного дослідження, загальнологічний та метод узагальнення.

Результати. Питання внутрішньої комунікації у сьогоденні є дуже важливим питанням в управлінні організаціями. Зростання обсягу інформації, впровадження передових проєктів, зростання потреб працівників, суспільства та навколишнього середовища, розвиток інформаційних технологій та комунікації вимагають більшої уваги до нової ролі внутрішньої комунікації як обов'язкового підходу до управління організацією.

Комунікація – це процес, який відіграє значну роль у здійсненні основних функцій управління, а завдяки передачі інформації та комунікації членів організації забезпечується ефективне функціонування кожного підрозділу.

Спілкування в організації – це передусім передача інформації від однієї людини до іншої [20]. Цей процес і його прозорість впливають на розуміння окремим працівником індивідом цілей і досягнення спільних результатів командою. Крім того, правильний потік інформації в поєднанні з діалогом впливає, серед іншого, на мотивацію підлеглих, їх залучення до життя організації або створення організаційної культури.

Все частіше більше компаній усвідомлюють, що їхній успіх також залежить від мотивованих та задоволених працівників [21].

Роль внутрішньої комунікації незаперечна, оскільки вона:

- сприяє досягненню поставлених цілей;
- допомагає простежити взаємозв'язок між діяльністю окремого працівника та баченням організації;
- сприяє залученості працівників до досягнення спільних результатів;
- сприяє ефективній комунікації лідер-команда.

Суть змін полягає у переході від відомого до невідомого. Чим більшою є швидкість змін в організації, тим більше вона потребує комунікативної відкритості керівників. Важливим для ефективного процесу змін є відкрите та чесне спілкування.

Відкрите спілкування займає багато часу і вимагає багато зусиль, однак потенційні переваги, які воно приносить, величезні.

Запровадження такого процесу спілкування з підлеглими вимагає від керівництва оволодіння вмінням вести відкрите обговорення, надання та отримання зворотного зв'язку.

Організація, яка розробляє зміни, але не повідомляє про них заздалегідь співробітників, має бути готова до сильного опору.

Існує багато рекомендацій щодо побудови моделі внутрішніх комунікацій в організації. Однак, в умовах змін важливість комунікаційної взаємодії зростає в рази. Роль лідера підсилюється.

В умовах нормального перебігу функціонування підприємства керівники різних ланок використовують систему внутрішньої комунікації з метою планування, організації, спрямування і контролю дій і зусиль персоналу, посилення його мотивації і заохочення.

Вища ланка управління підприємством, забезпечуючи внутрішню комунікацію, переслідує наступні цілі [22]:

- демонстрація поведінки відповідно до задекларованих принципів, створення культури довіри, помітність, наслідування;
- декларування спільної чіткої організаційної місії, бачення та цінностей;
- інформування про стратегічні пріоритети та результати, ініціювання можливостей трансформаційних змін;
- інформування про своєчасність рішень, прозорість рішень.

Безпосередні керівники є відповідальними за щоденну комунікацію з командою. Саме на них покладена функція заохочення до зворотного зв'язку, обміну думками. Внутрішня комунікація у цьому випадку виступає потужним інструментом управління продуктивністю працівників та розвитку їхніх компетенцій, а розширення можливостей та залучення працівників.

Комунікація «безпосередній керівник - команда» направлена до досягнення наступних цілей:

- формулювання цілей та забезпечення зворотного зв'язку, сприяння досягненню ефективності та виконанню організаційних цілей;
- забезпечення процесів висхідної і низхідної передачі інформації, а також кросфункціональної;
- інформування про очікування, залучення працівників до забезпечення спільних результатів протягом усього життєвого циклу працівників;
- забезпечення щоденної комунікації, представлення актуальної інформації, яка необхідна команді для виконання своїх прямих повсякденних завдань.

Можна узагальнити вище наведену інформацію і виділити ряд основних ролей внутрішньої комунікації на підприємстві:

1. Своєчасне і повне інформування команди про результати роботи і майбутні плани.
2. Забезпечення зворотного зв'язку від команди.
3. Розвиток горизонтальних комунікаційних зв'язків між членами команди.
4. Формування та розвиток стійкої корпоративної культури.
5. Декларування і підтримка цінностей компанії.
6. Підтримка культури змін.
7. Розвиток бренду підприємства.
8. Зростання показника залученості персоналу.
9. Ідентифікація внутрішніх факторів із негативним впливом на розвиток бізнесу.
10. Проведення заходів у рамках режиму кризових комунікацій.

Своєчасне та повне інформування дозволяє працівникам відчувати себе у курсі подій, які мають місце в організації. Це забезпечує відчуття власної важливості і потреби, оскільки керівництво ставить їх до відома про зміни або ж події.

Формування налагодженої структури внутрішніх комунікацій дозволяє отримати ряд переваг, а саме [23]:

1. Правильно виставлена комунікація сприяє задоволенню потреб працівників у приналежності та причетності.

2. Створює підстави для команди пишатися своєю організацією.

3. Допомогає вибудувати довірливі відносини з людьми, які працюють в організації.

4. Допомогає створити мікроклімат творчості і доброзичливості, що є важливим для утримання професіоналів.

5. Допомогає стабілізувати ситуацію підчас зовнішніх криз. Команда, яка отримує інформацію у позитивному настрої, легше сприймає зовнішні впливи. У працівників виникає впевненість у тому, що організація піклується про них.

В умовах змін, окрім перелічених дій, додається використання внутрішньої комунікації для збереження спокою в колективі, підтримки психологічної рівноваги, заспокоєння тощо. До уваги слід брати емоційні потреби команди, мотивуючи працівників своїми діями і словами [24]. Така психологічно-емоційна складова є необхідною, особливо в умовах непередбачуваних змін. Наприклад, підчас карантинних обмежень, воєнного стану тощо.

Підтримання внутрішньої комунікації в умовах змін є важливим і обов'язковим незалежно від умов роботи – часткова залученість, призупинення діяльності чи робота у повноцінному режимі. Забезпечення регулярного спілкування допомагає команді впоратися зі стресом, отримати відчуття впевненості та залученості.

Особливої уваги в умовах змін потребує зворотний зв'язок, рівень налагодженості якого дозволяє зрозуміти настрої працівників. Дієвим підходом є проведення щоденних онлайн/офлайн зустрічей для керівного складу та вузьких онлайн/офлайн зустрічей з командою для обговорення поточних питань та отримання зворотного зв'язку.

Психологічна витривалість команди залежить від емоційної рівноваги її членів. Тому особливістю комунікації з працівниками у період змін є відвертість. Завданням керівників є підтримка людей, пояснення важливих питань, окреслення подальших кроків у діяльності. Розмови про непрості моменти повинні бути із урахуванням реального стану справ, а не представлення інформації крізь призму «рожевих окулярів» чи нагнітання негативу. Працівники матимуть змогу планувати подальші дії і власні фінанси.

Час змін – період відповідального лідерства. Лідер своєю поведінкою демонструє приклад сприйняття ситуації. В умовах змін, коли ситуація дозволяє працювати віддалено, відповідальний лідер буде працювати офлайн, цим самим створюючи атмосферу підтримки для свого колективу, замученості до спільної праці. Така поведінка лідера сприяє гуртуванню до спільних дій і зменшує імовірність панічно-депресивних настроїв, оскільки члени команди відчувають причетність до загальної справи.

Ефективна внутрішня комунікація дозволяє формувати сильні колективи, які об'єднані спільними цінностями: відповідальністю, командним духом, доброзичливістю.

Таким чином, комунікація в умовах змін повинна виконувати ще одну функцію – підтримуючу, яка дозволяє зберегти емоційну рівновагу у колективі. Цьому сприяє позитивне представлення інформації, демонстрація вдячності колективу за роботу у нелегкий час, розуміння ситуації та долученість до створення спільних результатів. Основну роль у забезпеченні підтримуючої функції комунікації відіграє лідер як основна комунікативна ланка.

Спільна праця, можливість комунікувати, отримання подяки за вклад у спільний результат, відчуття приналежності – найбільший стимул до продовження роботи у період змін, покращення спільних дій.

Висновки. Метою даної статті було визначення ролі лідера та окреслення основних принципів побудови комунікації з командою в умовах змін. З огляду на проведені дослідження, можна зробити наступні висновки:

1. Значення внутрішньої комунікації для ефективного управління підприємством є незаперечним, оскільки вона забезпечує внутрішню взаємодію управлінського складу і персоналу, керівників і команди, працівників між собою.

2. Успішність внутрішньої комунікації залежить від правильності її побудови, урахування специфіки робочої взаємодії та основних принципів управління, які закладені у цінності та корпоративну культуру організації.

3. Комунікація на рівнях «управлінська ланка – персонал», «безпосередній керівник – команда» переслідують дещо відмінні цілі, тому це слід враховувати при формуванні комунікаційної структури.

4. Формування внутрішньої комунікації повинно враховувати не лише інформаційний обмін для забезпечення функціонування підприємства у стабільному середовищі, але й підготовчі моменти у випадку можливих змін, що дозволить зробити адаптацію в умовах реальних змін простішою.

5. Період змін передбачає відповідальне лідерство, яке проявляється у емоційній підтримці команди, фізичній присутності лідера у колективі, спілкування на виявлення потреб працюючих тощо. Саме лідер своєю поведінкою подає приклад емоційної врівноваженості, допомагає підлеглим відчути себе потрібними і залученими у загальний процес діяльності.

6. Внутрішні комунікації в умовах змін, окрім класичних функцій, повинні виконувати ще одну функцію – підтримуючу, яка передбачає посилену увагу до забезпечення зворотного зв'язку, прозорість спілкування, збільшення частоти комунікації, вдячність працівникам за відданість роботі у нелегкий час.

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз : монографія. К. : МАУП, 2005. 440 с.
2. Прус Л. Р. Комунікаційний менеджмент. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* 2009. № 1. С. 38-41.
3. Різун В. В. Теорія масової комунікації [Електронний ресурс] URL : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=1> (дата звернення 1.06.2022)
4. Петрук Н. К. Організація як суспільний феномен: засади соціально-філософського аналізу [Електронний ресурс] К. : Центр духовної культури, 2004. № 43. URL: http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_43/Petruk.htm (дата звернення 1.06.2022)
5. Мандзюк М. М. Теоретичні рекомендації щодо вдосконалення управління внутрішньо організаційними комунікаціями. *Управління розвитком*, 2011. №4(101). С. 180-182.
6. Шпак Н. О. Основи комунікаційного менеджменту промислових підприємств: монографія. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. 328 с.
7. Шубін О. О., Сіменко І. В. Аналітична оцінка якості організаційних комунікацій. *Актуальні проблеми економіки.* 2010. №1 (103). С. 175-184.
8. Badea M. Social Media and Organizational Communication. *Procedia. Social and Behavioral Sciences.* 2014. 149. P. 70–75.
9. Kozula S. Komunikacja wewnętrzna – niedoceniana składowa efektywności. 2016. URL: <https://publicrelations.pl/komunikacja-wewnetrzna-niedoceniana-skladowa-efektywnosci/> (дата звернення 1.06.2022)
10. Korzyński P., Mazurek, G. Społecznościowa komunikacja wewnętrzna. *Harvard Business Review.* 2016, 3, 22–24.
11. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З. Методологічні підходи до класифікації змін на підприємстві. *Бізнес-Інформ.* 2015. № 11. С. 39-44.
12. Степаненко С. В., Лукашев С. В. Морфологічний аналіз поняття «управління організаційними змінами». *Бізнес-Інформ.* 2015. №4. С. 291–297.
13. Стеців С. Р. Формування елементів системи управління змінами на підприємстві. *Вісник Сумського державного університету. Сер. : Економіка.* 2012. № 4. С. 155-163.

14. Salvo D., Holland D. *Change Management: the New Way: Easy to Understand; Powerful to Use*. Xlibris Corporation, 2012, 285 p.
15. Reiss M. *Change Management*. BoD – Books on Demand, 2012, 356 p.
16. Balogun J., Hope Hailey V., Gustafsson S. *Exploring Strategic Change*. Fourth edition published. Edinburgh Gate: Prentice Hall, 2016, 258 p
17. Гузар О. Комунікативне лідерство керівників освітніх закладів : навчальний посібник. К. : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2016. 40 с.
18. Пашко Л.А. Управлінське лідерство як запорука ефективності функціонування сфери державного управління. Адміністративна реформа в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи: моногр. / За заг. ред. Н.Р.Нижник, Н.Т.Гончарук. Д.: Монолит, 2009. С. 255-271.
19. Catrin Johansson, Vernon D Miller, Solange Hamrin. *Communicative Leadership. Theories, Concepts and Central Communication Behaviors*. DEMICOM, Mid Sweden University, 2011. 46 p.
20. Гріфін Р., Яцура В. Основи менеджменту : підручник. Львів: БаК, 2001. 624 с.
21. Klimek-Michno K., Marciniak K. Kultura dialogu zamiast komunikatu „góra-dół”. *Kompendium HR, dodatek do Personel i Zarządzanie*. 2017. №10. P.108–109.
22. Посібник з планування внутрішньої комунікації [Електронний ресурс]. URL : https://eu4pfm.com.ua/wp-content/uploads/2021/06/EU4PFM_148x2103mm.pdf (дата звернення 2.06.2022)
23. New normal у внутрішніх комунікаціях - сторітелінг для бізнесу. URL : <https://hurma.work/blog/05-2021-new-normal-u-vnutrishnih-komunikacziyah-storiteling-dlya-biznesu/> (дата звернення 2.06.2022)
24. Внутрішні комунікації: як бути «точкою опори» для працівників у морі невизначеності. *Executives. Журнал для управлінців*. URL: <https://executives.com.ua/vnutrishni-komunikatsii-yak-buty-tochkoiu-opory-dlia-pratsivnykiv-u-mori-nevuznachenosti/> (дата звернення 2.06.2022)

References

1. Bebyk, V. M. *Information and communication management in global society: psychology, technology, technology of public relations: a monograph*. Kyiv, MAUP, 2005.
2. Pruss, L. R. “Communication Management.” *Bulletin of Khmelnytsky National University. Economic sciences*, no.1, 2009, pp. 38-41.
3. Rizun, V. V. *Theory of mass communication*, journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=1. Accessed 1 June 2022.
4. Petruk, N. K. *Organization as a social phenomenon: the principles of socio-philosophical analysis*. Kyiv, Center for Spiritual Culture, 2004. [Filosof, www.filosof.com.ua/Jornel/M_43 /Petruk.htm](http://filosof.com.ua/Jornel/M_43/Petruk.htm). Accessed 1 June 2022.
5. Mandzyuk, M. M. “Theoretical recommendations for improving the management of internal organizational communications.” *Development Management*, no. 4 (101), 2011. pp. 180-182.
6. Shpak, N. O. *Fundamentals of communication management of industrial enterprises: monograph*. Lviv, Lviv Polytechnic Publishing House, 2011.
7. Shubin, O. O., and I. V. Simenko “Analytical assessment of the quality of organizational communications.” *Actual problems of economics*, no (103), 2010. pp. 175-184.
8. Badea, M. “Social Media and Organizational Communication.” *Proceedings. Social and Behavioral Sciences*, no. 149, 2004. pp. 70–75.
9. Kozula, S. *Internal communication is an underestimated component of efficiency*. publicrelations.pl/komunikacja-wewnetrzna-niedoceniana-skladowa -efektywnosci /. Accessed 1 June 2022.
10. Korzyński, P., and G.Mazurek. “External communication is internal.” *Harvard Business Review*, no. 3, 2016. pp 22–24.
11. Grinko, T. V., and T. Z. Gviniashvili. “Methodological approaches to the classification of changes in the enterprise.” *Business-Inform*, no. 11, 2015, pp. 39-44.
12. Stepanenko, S. V., and S. V.Lukashev. “Morphological analysis of the concept of "management of organizational change.” *Business-Inform*, no.4, 2015, pp. 291–297.
13. Stetsiv, S. R. “Formation of elements of change management system at the enterprise.” *Bulletin of Sumy State University. Ser. : Economics*, no 4, 2012, pp. 155–163.
14. Salvo, D., and D. Holland. *Change Management: the New Way: Easy to Understand; Powerful to Use*. Xlibris Corporation, 2012.
15. Reiss, M. *Change Management*. BoD - Books on Demand, 2012.
16. Balogun, J., Hope, Hailey V., and S. Gustafsson. *Exploring Strategic Change*. Fourth edition published. Edinburgh Gate, Prentice Hall, 2016.
17. Husar, O. *Communicative leadership of heads of educational institutions: a textbook*. Kyiv, SE "Scientific and Production Center" Priorities ", 2016.

18. Pashko, L. A. *Management leadership as a guarantee of effective functioning of public administration. Administrative reform in Ukraine: current status, problems and prospects*: monograph. For the head. ed. NR Nizhnik, NT Goncharuk. Dnipropetrovsk, Monolith, 2009, pp. 255-271.
19. Johansson, Catrin, Miller, Vernon D., and Hamrin Solange. *Communicative Leadership. Theories, Concepts and Central Communication Behaviors*. DEMICOM, Mid Sweden University, 2011.
20. Griffin, R., and V. Yatsura *Fundamentals of Management*. Lviv, Bak, 2001.
21. Klimek-Michno, K., and K.Marciniak. "The culture of dialogue replaces the up-and-down communication". *Kompendium HR, Supplement to Personnel and Welfare*, no.10, 2017, pp. 108–109.
22. *Manual on Internal Communication Planning*. Eu4pfm, eu4pfm.com.ua/wp-content/uploads/2021/06/EU4PFM_148x2103mm.pdf. Accessed 2 June 2022.
23. "New normal in internal communications - storytelling for business." hurma.work, hurma.work/blog/05-2021-new-normal-u-vnutrishnih-komunikacziyah-storiteling-dlya-biznesu/ Accessed 2 June 2022.
24. "Internal communications: how to be a "fulcrum" for workers in a sea of uncertainty." *Executives. Magazine for managers*, executives.com.ua/vnutrishni-komunikatsii-yak-buty-tochkoiu-opory-dlia-pratsivnykiv-u-mori-nevyznachenosti/ Accessed 2 June 2022.

РОЗВИТОК ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОГО ТА СТРАХОВОГО РИНКУ

УДК 368(477):336

doi: 10.15330/apred.2.18.146-158

Чвертко Л. А.¹, Корнієнко Т. О.², Вінницька О. А.³

ФІНАНСОВА ІНКЛЮЗИЯ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ: ПЕРЕДУМОВИ ТА ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ

Уманський державний педагогічний університет імені
Павла Тичини,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра фінансів, обліку та економічної безпеки,
вул. Садова, 2, м. Умань,
20300, Україна,
¹ тел.: +380976188989,
e-mail: luda_um@ukr.net,
ORCID ID : 0000-0003-2788-6991

² тел.: +38096-182-70-85
e-mail: kornienkoto@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0001-8020-0771

³ тел.: +380968087233,
e-mail: vinnytska.oksana@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0001-6402-6451

Анотація. Мета статті полягає в обґрунтуванні особливостей, проблем та чинників формування фінансової інклюзії на страховому ринку України й окреслення перспектив її розвитку.

Під час дослідження були використані діалектичний та абстрактно-логічний методи, методи системного підходу, спостереження, аналізу, синтезу, індукції, дедукції та ін.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативно-правові акти; інформація Міністерства цифрової трансформації України, Міністерства фінансів України, Національного банку України, Державної служби статистики України, Моторно (транспортного) страхового бюро України; наукові публікації; інтернет-джерела.

Окреслено важливість інклюзивної орієнтації розвитку страхового ринку України, яка базується на економіці взаємодії всіх її суб'єктів, та обґрунтовано необхідність посилення уваги до проблем інклюзивності страхування та підвищення рівня охоплення страховими послугами всіх верств населення. Визначено економічні та соціальні дисбаланси, що відбуваються в країні та чинять негативний вплив на процес широкого залучення потенційних клієнтів до системи страхового захисту.

Обґрунтовано, що детермінантами формування фінансової інклюзії на страховому ринку України є забезпечення належних рівнів цифрової та фінансової грамотності населення. Доведено важливість активізації використання цифрових технологій страховиками для позитивних зрушень у розвитку страхового бізнесу та забезпечення інклюзивності страхових продуктів та послуг.

Наукова новизна полягає в оцінці умов забезпечення фінансової інклюзії у сфері страхування в Україні та обґрунтуванні необхідності розроблення дієвих підходів щодо забезпечення інклюзивного розвитку вітчизняного страхового ринку в умовах сучасних викликів.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості використання теоретичних висновків та практичних рекомендацій щодо підвищення рівня охоплення

страховими продуктами й послугами через створення відповідних умов для залучення широких верств населення й бізнесу.

Ключові слова: страховий ринок, страхова послуга, страховий продукт, інклюзивність страхування, цифрова грамотність, фінансова обізнаність, фінансове виключення, фінансова інклюзія.

Chvertko L. A.¹, Korniienko T. O.², Vinnytska O. A.³

FINANCIAL INCLUSION IN THE INSURANCE MARKET OF UKRAINE: PREREQUISITES AND FACTORS OF FORMATION

Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Finance, Accounting and Economic Security;
Sadova str., 2, Uman
20300, Ukraine,

¹ тел.: +380976188989,
e-mail: luda_um@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0003-2788-6991

² тел.: +38096-182-70-85
e-mail: kornienkoto@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0001-8020-0771

³ тел.: +380968087233,
e-mail: vinnytska.oksana@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0001-6402-6451

Abstract. The purpose of the article is to substantiate the features, problems and factors of financial cluster formation in the insurance market of Ukraine and to outline the prospects for its development.

Dialectical and abstract-logical methods, methods of system approach, observation, analysis, synthesis, induction, deduction, etc. were used during the research.

The information base of the research is legislative and normative-legal acts; information of the Ministry of Digital Transformation of Ukraine, Ministry of Finance of Ukraine, the National Bank of Ukraine, State Statistics Service of Ukraine, the Motor (Transport) Insurance Bureau of Ukraine; scientific publications; internet sources.

The importance of inclusive orientation of the insurance market of Ukraine, which is based on the economy of interaction of all its subjects, is emphasized, and the need to increase attention to the problems of insurance inclusiveness and increase the coverage of insurance services of all segments is substantiated. The economic and social imbalances that occur in the country and have a negative impact on the process of wide involvement of potential customers in the insurance system have been identified.

It is substantiated that the determinants of the formation of financial inclusion in the insurance market of Ukraine are the provision of appropriate levels of digital and financial literacy of the population. The importance of intensifying the use of digital technologies by insurers for positive changes in the development of the insurance business and ensuring the inclusiveness of insurance products and services has been proved.

The scientific novelty is to assess the conditions for ensuring financial inclusion in the field of insurance in Ukraine and justify the need to develop effective approaches to ensure the inclusive development of the domestic insurance market in today's challenges.

The practical significance of the obtained results lies in the possibility of using theoretical conclusions and practical recommendations to increase the coverage of insurance products and services by creating appropriate conditions for attracting the general public and business.

Keywords: tourism, subjects of tourism activities, tourist flows, tourist risk, travel insurance, insurance coverage, medical expenses insurance.

Вступ. Трансформація фінансового сектора України, яка відбувається впродовж останніх років, значною мірою спрямована на підвищення фінансової інклюзії. Потреба залучення широкого кола потенційних споживачів на ринок фінансових послуг та, відповідно, збільшення кількості користувачів фінансових продуктів, а також розширення асортименту придбаних продуктів окремим користувачем, визнана в усьому сучасному світі й стала обов'язковою умовою економічного зростання та соціального прогресу в Україні. Водночас питання доступності та розширення можливостей користування якісними сучасними фінансовими продуктами залишається особливо актуальним для учасників страхового ринку.

Інклюзія та інклюзивний підхід у розвитку й управлінні, на думку дослідників, є такими, що найбільше та найкраще відображають концептуальні основи сталого розвитку й справедливо вважаються дієвим інструментом для досягнення перспектив сталого економічного зростання [1, с. 28].

Фінансова інклюзія розглядається вченими, як процес сприяння своєчасному та адекватному доступу до широкого спектра фінансових продуктів і послуг, а також розширення їхнього використання усіма верствами суспільства через впровадження спеціальних наявних та інноваційних підходів, включаючи фінансову обізнаність й освіту, для сприяння фінансовому добробуту, а також економічній та соціальній інклюзії [2, с. 11].

Фахівці Всесвітнього банку у своєму дослідженні «Фінансова інклюзія та інклюзивне зростання. Огляд останніх емпіричних даних», характеризують фінансову інклюзію як доступ і забезпечення ефективного використання ряду відповідних фінансових послуг, які надаються в добре регульованому просторі, що забезпечує захист прав споживачів фінансових послуг, для повнолітніх осіб [3, с. 2–3].

Українські вчені К. В. Ануфрієва та А. І. Шкляр визначають фінансову інклюзію як процес «взаємодії між суб'єктами фінансового ринку та споживачами фінансових послуг, що через надання рівного доступу до фінансових послуг забезпечує такий рівень участі споживачів фінансових послуг у фінансовій системі, який через забезпечення сталості фінансових інституцій сприяє суспільному розвитку» [4, с. 66].

Інклюзивність страхування, на наш погляд, визначається спроможністю убезпечення всіх категорій потенційних страхувальників від ризиків через механізми страхового захисту, а також можливістю учасників страхових відносин отримувати вигоди від страхування. Водночас страхова інклюзивність є індикатором доступності страхових послуг для населення, а також затребуваності останніх [5, с. 126].

Постановка завдання. Мета статті полягає в обґрунтуванні особливостей, проблем та чинників формування фінансової інклюзії на страховому ринку України й окресленні перспектив її розвитку.

Під час дослідження були використані діалектичний та абстрактно-логічний методи, методи системного підходу, аналізу, синтезу, індукції, дедукції та ін.

Результати. Страховий ринок постійно модифікується під впливом соціальних, економічних та політичних чинників, але його основи залишаються незмінними. Попит на страховий захист великою мірою залежить від поведінкових факторів, а також традицій і культури певного суспільства.

Попри певні позитивні зрушення, які демонструє страховий ринок України в останні роки, показники його розвитку не відповідають вимогам часу і свідчать про низький рівень інклюзивності. Зокрема, надто низьким є рівень проникнення страхування в економіку країни: впродовж останнього десятиліття обсяг чистих

страхових платежів у структурі ВВП країни в середньому становить трохи більше 1,0 % (рис. 1). Значення цього показника характеризується чітко вираженою негативною динамікою та є в рази нижчими за значення аналогічних середньоєвропейського та середньосвітового показників, які становлять 5,0% та 6,1% відповідно [6, с. 6].

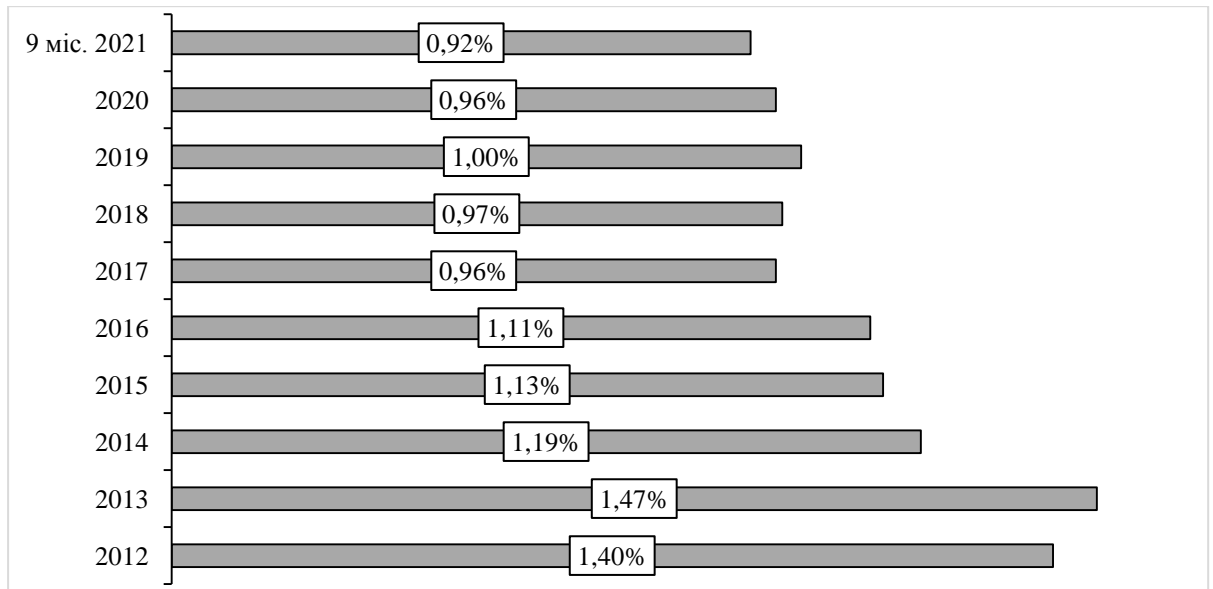


Рис. 1. Динаміка рівня проникнення страхування в Україні в 2012 – 9 міс. 2021 рр., %*

Fig. 1. Dynamics of penetration rate of insurance in Ukraine in 2012 – 9 months 2021, %

*Джерело: розроблено авторами за даними [7; 8]

Ще одна вагома ознака вітчизняного страхового ринку, що засвідчує недостатній рівень інклюзивної орієнтації його розвитку, це низький рівень охоплення населення послугами зі страхування життя. Премії за цим видом страхування в середньому становлять трохи більше 0,1% ВВП. Навіть досить високі, порівнюючи з ризиковими видами страхування, темпи зростання страхових премій за договорами страхування життя, що спостерігаються в останні роки, не забезпечили їхнього превалювання в загальній структурі страхових надходжень. Згідно з даними офіційної статистики, в 2020 р. питома вага страхування життя в загальному обсязі чистих страхових надходжень, досягши свого максимального значення за останнє десятиліття, становить лише 12,4% (у 2012 р. — 8,9%) (табл. 1). Зазначене свідчить про збільшення попиту на послуги накопичувального страхування та водночас вказує на значний потенціал його розвитку. Оскільки частка премій, отриманих за цим видом страхування, в економічно розвинених країнах зазвичай складає більше половини всіх страхових надходжень, а подеколи сягає більше двох третин їх обсягу. Переважна більшість таких країн використовує страхування життя як ефективний інструмент формування заощаджень фізичних осіб, у тому числі для накопичення коштів на пенсійне забезпечення [9]. Безперечно, що з поміж іншого це пов'язано з високим рівнем життя населення, достатністю грошових надходжень громадян для формування заощаджень, у тому числі й через страхування життя. Позитивна динаміка розвитку цього сектора страхового ринку в Україні теж дає певні підстави для оптимізму. Адже з кожним роком зростає кількість громадян країни, котрі виявивши довіру до страхових компаній, купують поліси страхування життя. Станом на кінець 2020 р. застрахованими за договорами

страхування життя є близько 5,8 млн осіб, що на 1,64 млн осіб більше проти 2012 р. (рис. 2). Однак їх питома вага в загальній кількості населення залишається доволі низькою: лише близько 14% населення країни забезпечені захистом майнових інтересів, що пов'язані з життям та смертю, та зможуть скористатися накопиченими грошовими сумами.

Таблиця 1

Показники розвитку страхового ринку України у 2012-2020 рр.*

Table 1

Indicators of development of the insurance market of Ukraine in 2012-2020

Показники	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Чисті страхові премії, млн дол США, у тому числі:	2537,9	2697,3	1563,7	1023,6	1035,8	1071,2	1265,6	1531,4	1496,7
зі страхування життя	226,5	310	181,6	100,1	107,9	109,5	143,6	178,9	186,1
Частка страхування життя в загальних чистих страхових преміях, %	8,9	11,5	11,6	9,8	10,4	10,2	11,3	11,7	12,4
Чисті страхові премії на одну особу, дол. США, у тому числі:	55,7	59,4	36,4	23,9	24,3	25,2	30	36,5	36,0
зі страхування життя	5	6,8	4,2	2,3	2,5	2,6	3,4	4,3	4,5
Рівень чистих страхових виплат, % у тому числі:	24,4	21,2	26,3	34,0	32,3	36,0	36,1	35,5	35,8
зі страхування життя	4,5	6,0	11,1	22,5	15,2	19,1	18,0	12,5	12,1

*Джерело: розроблено авторами за даними [8; 10; 11]

Значущою проблемою інклюзивного розвитку ринку страхування є надзвичайно низький рівень страхової культури в Україні. Дотепер частина населення країни не бачить необхідності в страхуванні власного життя, чи життя своїх близьких, і робить це тільки у крайніх випадках, коли цього вимагає ситуація (наприклад, укладаючи договори страхування життя позичальників споживчих кредитів, медичного страхування — для перетину кордону тощо). Результати опитування, що проводилося в межах проекту USAID «Трансформація фінансового сектору» показують, що лише 9% опитаних вказали, що вони або члени їх родин користуються страховими послугами, тоді як в країнах-членах Організації економічного співробітництва та розвитку

страховими послугами користуються 40% громадян [12]. Зазначимо, що часто такі суб'єктивні споживчі настрої формуються через недовіру до фінансових інститутів та системи загалом, що, з точки зору К. В. Грубер, є ключовою передумовою інклюзії до фінансових відносин [13, с. 421]. Упродовж десятиліть споживачі жили із переконанням «усі страховики не платять», і, на думку фахівців із страхування, потрібен час, щоб це змінилося [14].

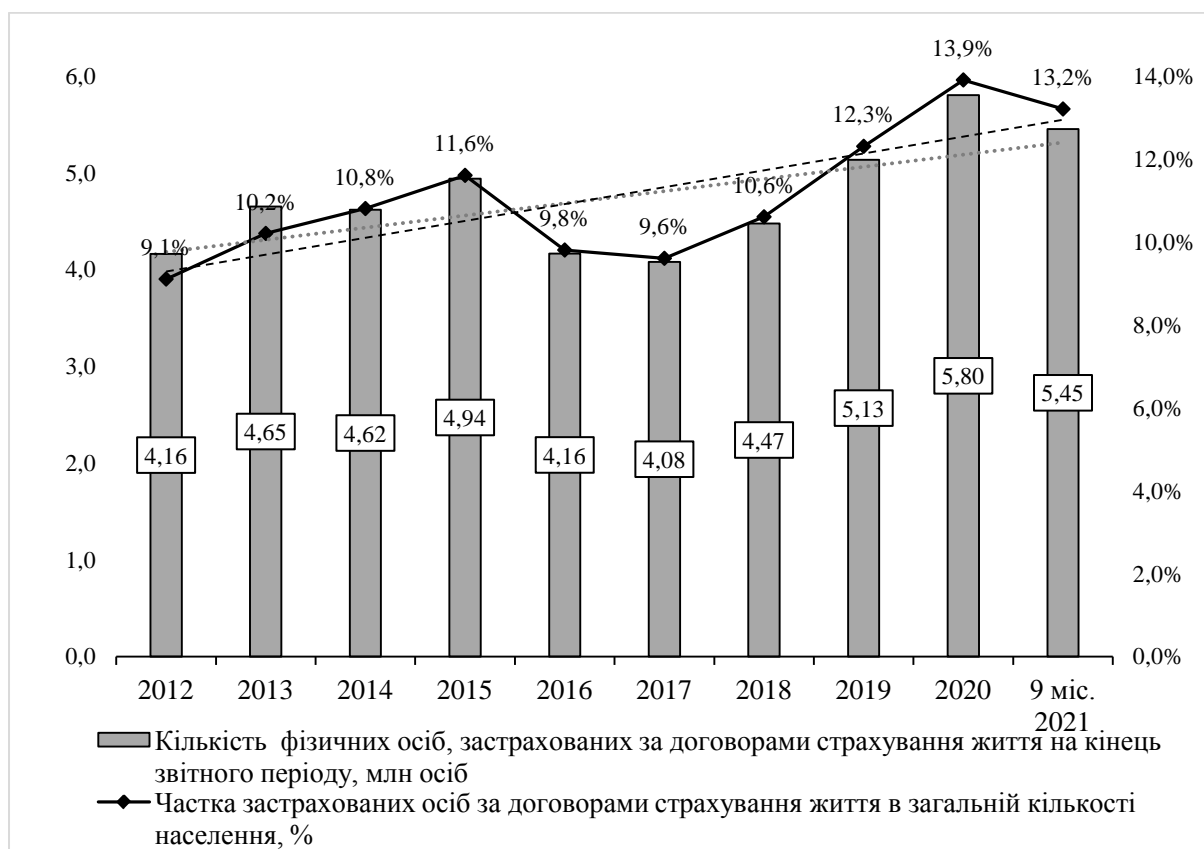


Рис. 2. Динаміка кількості фізичних осіб, застрахованих за договорами страхування життя на кінець звітного періоду в Україні в 2012 – 9 міс. 2021 рр.*

Fig. 2. Dynamics of the number of individuals insured under life insurance contracts at the end of the reporting period in Ukraine in 2012 – 9 months 2021.

*Джерело: розроблено авторами за даними [8; 10]

Показником, що впливає на довіру споживачів до страхових продуктів, які пропонуються на ринку, є рівень страхових виплат. Останніми роками динаміка цього показника характеризується позитивними тенденціями й впродовж 2017-2020 рр. загальне його значення по страховому ринку тримається на рівні близько 36%. У 2020 р., як і в попередні періоди, високими рівнями чистих страхових виплат відзначаються такі види страхування, як страхування кредитів (у тому числі відповідальності позичальника за непогашення кредиту) — 83,9%, медичне страхування (безперервне страхування здоров'я) — 53,9%, обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників транспортних засобів (ОСЦПВ) — 47,4%, страхування наземного транспорту («КАСКО») — 45,1% та ін. Підвищити рівень довіри українців до страхового сегмента фінансового ринку значно допомогло б збільшення рівня страхових виплат за всіма іншими видами страхування. Учасники страхового ринку (посередники, аварійні комісари, працівники страхових компаній тощо) мають

докладати зусиль для формування середовища довіри, а, власне, довіра і є найнеобхіднішою передумовою розвитку культури страхування в Україні.

Свідченням того, що страхування серед українців досі не набуло належного поширення, є динаміка показника щільності страхування, який визначається обсягом страхових премій на одну особу. Впродовж 2012-2020 рр. значення цього індикатора були низькими та коливалися в діапазоні від 59,4 дол. США до 23,9 дол. США на душу населення. Це пояснюється як коливанням валютних курсів, так і, власне, зміною попиту на споживання страхових послуг через погіршення матеріального забезпечення внаслідок соціально-економічної нестабільності в країні. Станом на початок 2021 р. чисті страхові премії на одну особу склали 36,0 дол. США. Проте жодне з вказаних значень показника щільності не відповідає вимогам ефективного розвитку ринку страхування, а дослідження міжнародних аналітиків підтверджують, що за цим показником наша країна посідає останні позиції в світових рейтингах. Наприклад, у 2018 р. за щільністю ризикового страхування Україна займала 73 місце, а страхування життя — 82 місце з-поміж 88 країн [6, с. 7]. Проведені нами розрахунки не дають підстав стверджувати про поліпшення стану в цьому напрямі розвитку страхового ринку. Водночас визначають необхідність ширшого використання страхування як механізму фінансування ризиків та дієвого інструменту страхового захисту.

Для подолання відставання показників, що дозволяють оцінити інклюзивну направленість страхового ринку та його роль у забезпеченні соціального прогресу, велике значення відводиться питанням фінансової грамотності населення. Обізнаність потенційних споживачів страхових послуг про можливості страхової галузі та розуміння практичної користі від страхування сприятимуть підвищенню рівня охоплення страховими послугами всіх верств населення та більш повному використанню фінансового потенціалу вітчизняного страхового ринку. Зауважимо, що підвищення фінансової грамотності визначено однією зі стратегічних цілей розвитку фінансового сектору України, досягнення якої спрямоване на забезпечення фінансової інклюзії [15].

Слід відзначити, що певний негативний вплив на ситуацію у страховій сфері України мали спад ділової активності та зниження рівня фінансового добробуту населення через коронакризу. Брак коштів у суб'єктів господарювання та фізичних осіб спричинив зниження попиту на деякі страхові продукти. Втім, аналіз стану страхового ринку дозволяє стверджувати, що пандемія відкрила нові можливості для його зростання, а також закріпила позитивні зрушення в парадигмі страхування загалом. Таким позитивним фактором стало підвищення рівня обізнаності споживачів про страхування, про переваги та цінність страхових продуктів щодо забезпечення страхового захисту, а також «значне зростання усвідомлення ризику як сильного драйвера попиту» [16, с. 1]. Зокрема, відзначається ріст зацікавленості такими видами страхування, які спрямовані на захист від ризиків втрати здоров'я і працездатності через хворобу, від кіберризиків тощо. Водночас ситуація, що склалася під час пандемії COVID-19, спонукає страховиків до розробки нових страхових продуктів, які дозволять забезпечити страхувальників та застрахованих адекватним захистом. Адже зростання попиту на страхові послуги відбуватиметься лише за умови готовності страховиків надавати якісні та затребувані продукти в обсягах, що відповідають потребам споживачів.

Наукові розробки вітчизняних та зарубіжних вчених, що присвячені визначенню детермінант фінансової інклюзії, доводять наявність прямої залежності між рівнем економічного розвитку країни і рівнем включеності населення в фінансову систему. Зокрема, результати досліджень Olaniyi E. та Adeoye B. [17], Okoroafor O. K. D., Adeniji S. O. та Awe E. [18] показують, що чим вищими є показники ВВП країни на

душу населення, тим більшою є фінансова інклюдія. Так само, за спостереженнями дослідників, впливають на фінансову доступність в країні «широкі гроші», кредити приватному сектору та кількість користувачів Інтернету.

Продавці страхових послуг як на світовому, так і на страховому ринку України, покладали великі надії на постпандемічне відновлення економіки, визначаючи скорочення прогалін у страховому захисті метою економічної політики [19, с. 3]. Проте зараз національна економіка України та її страховий сектор зіткнулися з новими викликами й загрозами, які негативно позначаються на індикаторах їх розвитку. Відкритий воєнний напад Росії на нашу країну призводить до нечуваних збитків та економічного спаду. Для ринку страхування ризику, які несе в собі війна, включають «прямі збитки від андеррайтингу, швидке зростання цін, уповільнення економічного зростання, волатильність фінансового ринку та потенціал шоків активів» [20].

Зважаючи на те, що бідність і низький рівень економічного зростання є безпосереднім результатом фінансового виключення, важко оцінити, якими будуть наслідки вторгнення РФ до України на забезпечення інклюдії страхових послуг. Й без того низький рівень проникнення страхування, що насамперед обумовлений пасивною купівельною поведінкою потенційних споживачів, детермінованою низьким матеріальним становищем, недовірою до страхових компаній та низькою культурою страхування, ймовірно демонструватиме подальше зниження. Обмеження страхових виплат, на наш погляд, обумовить зниження мотивації в клієнтів страхових компаній. Адже значні збитки, яких зазнають страхувальники в результаті військових дій, не матимуть страхового покриття, навіть якщо майно та інші активи є застрахованими. Це пояснюється тим, що стандартні договори страхування, якими користується український бізнес та фізичні особи, виключають страховий захист від військових ризиків з переліку страхових випадків. Зауважимо, що страхування від військово-політичних ризиків, що зазвичай здійснюється за спеціальними програмами, в Україні практично не проводилося. Разом з тим, як стверджують фахівці, такі програми пропонують далеко не всі страховики, які функціонують у країні, оскільки зазначене страхування можливе лише за підтримки потужних міжнародних перестраховиків, а його вартість є відносно великою [21, с. 10]. Представники страхового бізнесу висловлюють сподівання, що завдані збитки внаслідок воєнних дій, зокрема, руйнування житла та інфраструктури, компенсуватимуться «за рахунок контрибуцій, які будуть накладені на Росію після перемоги України» [22]. Також вказані виплати, на думку В. Черняховського, мають проводитися за рахунок заморожених активів і конфіскованого за кордоном майна.

Принципово важливим для фінансової інклюдії в сфері страхування є забезпечення належного захисту прав споживачів страхових послуг. Доцільно зазначити, що регулятор ринку небанківських фінансових послуг, функції якого з 1 липня 2020 р. здійснює Національний банк України, закликає всіх учасників ринку, попри дію воєнного стану, виконувати свої зобов'язання перед клієнтами в повному обсязі, наскільки це можливо за поточних умов. Забезпечення страхового захисту споживачів за спрощеною процедурою врегулювання страховиками подій з випадків, що мають ознаки страхових, уможлиблюється завдяки широкому використанню сучасних цифрових технологій. Зокрема, страховикам рекомендується «максимально використовувати електронні документи, копії необхідних документів у разі неможливості або ускладнення можливості отримання оригіналів документів, інші засоби дистанційного врегулювання страхових випадків» [23].

Роль цифровізації для підвищення рівня фінансової інклюдії загалом та у страхуванні зокрема є надзвичайно великою. Саме цей напрям розвитку страхового ринку визначається дослідниками як один із перспективних. Зауважимо, що

переорієнтація страхової справи на дистанційний електронний формат здебільшого пов'язана і набула особливого значення в період пандемії COVID-19 та обмежувальних заходів під час локдауну [24, с. 8-9]. Електронна комерція в страхуванні значно впливає на страхову інклюзію та вимагає популяризації цифрової грамотності в країні й опанування страхувальниками цифрових навичок. Оскільки розмаїття цифрових страхових продуктів, з одного боку, спрощує доступ споживачів до них через відсутність необхідності відвідувати фінансові установи. З іншого боку, як показують результати досліджень, спричинює деяку ізольованість людей, не схильних користуватися цифровими технологіями. До таких категорій споживачів здебільшого належать старші люди та сільські жителі [12].

Зазначимо, що на забезпечення ефективного впровадження цифрових рішень та електронних послуг у багатьох сферах економіки країни спрямована діяльність Міністерства цифрової трансформації України. Цей орган виконавчої влади, що створений у вересні 2019 р, покликаний забезпечувати формування та реалізацію державної політики: у сферах цифровізації, цифрового розвитку, цифрової економіки, цифрових інновацій та технологій, електронного урядування та електронної демократії, розвитку інформаційного суспільства, інформатизації тощо [25]. Для подолання цифрової нерівності в Україні та підвищення рівня цифрової грамотності громадян на початку 2020 р. в країні стартувала Національна програма цифрової грамотності, в межах якої створено національну онлайн-платформу «Дія. Цифрова освіта», де кожен громадянин може безкоштовно опанувати цифрові навички. Нині, за офіційною інформацією, майже 1,3 млн українців залучено до програми розвитку цифрових навичок [26].

Фінансова інклюзія неможлива без партнерства держави та бізнесу, лише у партнерстві можна забезпечити зростання результатів та отримати сталість розвитку. Розроблений мобільний застосунок «Дія» для громадян України дозволяє зберігати в електронному форматі в смартфоні оцифровані версії офіційних документів. Єдина інформаційна система забезпечує взаємодію й обмін інформацією всіх баз даних, що супроводжують життєдіяльність кожного громадянина. Одним із прикладів такої взаємодії є відображення серед інших цифрових документів страхового поліса обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів. Нині це більше ніж 8 млн полісів внутрішнього автострахування по всій країні [27].

Підключення страхових компаній, що функціонують на вітчизняному ринку страхування, до платформи «Дія», розробленої Міністерством цифрової трансформації України, сприятиме створенню ними вищого рівня клієнтського сервісу. Адже в такому разі клієнти мають можливість укласти договори без використання паперових документів. Окрім того, налагодження співпраці страховиків з порталом «Дія» та використання сучасних технологічних CRM-систем для управління взаємовідносинами з клієнтами допоможе вдосконалити процес врегулювання та отримання страхової виплати. Зауважимо, що на кінець 2021 р. застосунком і порталом «Дія» користуються понад 12 млн українців [28]. Тоді як в переліку підприємств, установ та організацій, які мають партнерські стосунки з онлайн-сервісом «Дія», можна побачити лише дві страхові компанії — ТДВ «Страхова компанія «Екта» та ПАТ «Страхова компанія «ТАС Life».

Майбутній успіх страхової галузі на шляху до підвищення рівня інклюзивного розвитку буде залежати від наявних можливостей страховиків та інших суб'єктів страхового бізнесу, готовності інвестувати і бажання підтримувати відносини з клієнтами. Прискорений попит на транзакції в інтернеті та вихід на ринок споживчого страхування нетрадиційних гравців, спонукає страховиків спрямувати зусилля на

використання інноваційного забезпечення своєї конкурентоспроможності, одним з яких є пошук нових шляхів цифрової взаємодії зі своїми клієнтами. Водночас, слушно видається думка, що для підвищення рівня фінансової інклюзії державі та страховому бізнесу недостатньо просто створити технічні умови для користування страховими продуктами та послугами. Важливо вивчати реальні потреби споживача та фокусувати зусилля на їхньому задоволенні. Адже головним мотивом фінансової інклюзії є забезпечення вільного доступу усіх дорослих членів суспільства до фінансових послуг, що персоналізовані відповідно до потреб кожного.

Висновки. Отже, за сучасної економічної ситуації з чітко визначеними стратегічними пріоритетами нашої держави важливого значення набувають питання забезпечення фінансової інклюзії на страховому ринку України.

Інклюзивність страхування визначається спроможністю убезпечення всіх категорій потенційних страхувальників від ризиків через механізми страхового захисту, а також можливістю учасників страхових відносин отримувати вигоди від страхування.

Інклюзивний розвиток страхової сфери має велике значення для соціального прогресу й обумовлює потребу подолання цілого ряду проблем, що пов'язані як з макроекономічною нестабільністю та соціальними чинниками, так і проблемами організації та ведення страхового бізнесу. Відповідно розв'язання цих проблем, враховуючи їх комплексність та взаємопов'язаність, має багатоаспектний характер.

Потреба забезпечення фінансової інклюзії на страховому ринку України та значний наявний потенціал її розширення обумовлює необхідність стимулювання й заохочення людського розвитку, підвищення добробуту населення.

Для широкого долучення потенційних споживачів до страхових послуг необхідно спрямувати зусилля на подальший розвиток партнерства держави та страхового бізнесу, забезпечення належного захисту прав споживачів страхових послуг, підвищення рівня фінансової обізнаності та цифрової грамотності населення, персоніфікацію страхових продуктів та розробку таких страхових продуктів, які дозволять забезпечити страхувальників та застрахованих адекватним захистом.

1. Войчук М. В. Етимологія поняття «економічна інклюзія» в контексті циклічного розвитку економіки. *Інноваційна економіка*. 2021. №3-4 (87). с. 28-33. DOI: 10.37332/2309-1533.2021.3-4.4.
2. Atkinson A., Messy F. Promoting Financial Inclusion through Financial Education: OECD/INFE Evidence, Policies and Practice. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*. 2013. № 34. OECD Publishing. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/5k3xz6m88smp-en> (дата звернення: 01.04.2022 р.).
3. Demircuc-Kunt A., Klapper L., Singer D. Financial Inclusion and Inclusive Growth. A Review of Recent Empirical Evidence. The World Bank. 2017. April. 27 p. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/26479/WPS8040.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 12.04.2022 р.).
4. Ануфрієва К. В., Шкляр А. І. Фінансова інклюзія як чинник соціоекономічного розвитку. *Український соціум*. 2019. № 3 (70). С. 59–77. URL: <https://doi.org/10.15407/socium2019.03.059> (дата звернення: 10.04.2022 р.).
5. Чвертко Л. А. Проблеми забезпечення інклюзивності страхування в умовах сучасних викликів. *Фінансово-кредитний механізм розвитку економіки та соціальної сфери* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Кропивницький, 9 груд. 2021 р. Кропивницький, 2021. С. 125-128.
6. Майбутнє регулювання ринку страхування в Україні: Біла книга. *НБУ*. 2020. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/White_paper_insurance_2020.pdf?v=4 (дата звернення: 08.04.2022 р.).
7. ВВП України. *Мінфін*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/> (дата звернення: 15.04.2022 р.).
8. Показники діяльності страхових компаній. *Національний банк України*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist#6> (дата звернення: 15.04.2022 р.).
9. Melnychuk Yu. M., Chvertko L. A., Korniienko T. A., Vinnytska O. A., Garmatiuk O. V. Analysis of the factors influencing the market of insurance services in life insurance. *TEM Journal*. 2019. Vol. 8, Is. 1. P. 201-206. Doi: <https://dx.doi.org/10.18421/TEM81-28>.

10. Населення. *Державна служба статистики України*. URL: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/ds/nas_rik/nas_u/nas_rik_u.html (дата звернення: 15.04.2022 р.).
11. Офіційний курс гривні щодо іноземних валют. *Національний банк України*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/markets/exchangerate-chart> (дата звернення: 15.04.2022 р.).
12. Проект USAID «Трансформація фінансового сектору». Фінансова грамотність, фінансова інклюзія та фінансовий добробут в Україні у 2021. Звіт за результатами дослідження. URL: http://www.fst-ua.info/wp-content/uploads/2021/10/Ukraine_2021_Financial-Literacy-Survey-Report_UA.pdf (дата звернення: 01.04.2022 р.).
13. Gruber K. Access to financial services for individuals as a component of financial inclusion: evolution and estimation in domestic conditions. History of economics and economic thought of Ukraine. 2020. Вип. 53. С. 407-430. URL: <https://doi.org/10.15407/ingedu2020.53.407> (дата звернення: 06.04.2022 р.).
14. Довіра у дефіциті: як українцям повірити у цінність страхування. *Delo.ua*. URL: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/dovira-u-deficiti-jak-ukrajincjam-poviriti-u-cin-387129/> (дата звернення: 06.05.2022 р.).
15. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року. *Національний банк України*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/about/develop-strategy> (дата звернення: 01.05.2022 р.).
16. World insurance: the recovery gains pace. *Swiss Re sigma*. 2021. № 3. P. 1-26. URL: <https://www.swissre.com/dam/jcr:ca792993-80ce-49d7-9e4f-7e298e399815/swiss-re-institute-sigma-3-2021-en.pdf> (дата звернення: 10.05.2022 р.).
17. Olaniyi E., Adeoye B. Determinants of Financial Inclusion in Africa: A Dynamic Panel Approach. *University of Mauritius Research Journal*. 2016. Vol. 22. URL: https://mpru.ub.uni-muenchen.de/81326/1/MPPA_paper_81326.pdf (дата звернення: 04.05.2022 р.).
18. Okoroafor O. K. David, Adeniji Sesan Oluseyi, Awe Emmanuel. Empirical Analysis of the Determinants of Financial Inclusion in Nigeria: 1990 - 2016. *Journal of Finance and Economics*. 2018. №6 (1). P. 19-25. DOI: 10.12691/jfe-6-1-3. (дата звернення: 06.05.2022 р.).
19. Глобальний ринок страхування в 2021-2022 році. Підсумки і прогнози розвитку. *Insurance TOP*. 2021. №8(84). С. 2-5.
20. Ринок страхування та перестрахування подолає економічні наслідки вторгнення Росії в Україну. *Forinsurer*. URL: <https://forinsurer.com/news/22/04/05/41058> (дата звернення: 01.04.2022 р.).
21. Суслов Г. Правові аспекти страхування військових та політичних ризиків в Україні та в світі. *Insurance TOP*. 2021. №8(84). С. 10-12.
22. Черняхівський Вячеслав. Чи платитимуть страховики за пошкоджене застраховане майно чи авто під час воєнного стану в Україні? *Forinsurer*. URL: <https://forinsurer.com/public/22/03/26/4958> (дата звернення: 02.04.2022 р.).
23. Робота системи страхування в умовах воєнного стану. *Національний банк України*. URL: <https://promo.bank.gov.ua/fin-defense/> (дата звернення: 04.04.2022 р.).
24. Chvertko L., Korniienko T., Vinnytska O. Digitalization of insurance business as an effective risk management lever. *Sciences of Europe*. 2022. № 89. Vol. 1. P. 7-11. URL: <https://www.europe-science.com/wp-content/uploads/2022/03/Sciences-of-Europe-No-89-2022.pdf>.
25. Положення про Міністерство цифрової трансформації України : затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 18 вересня 2019 р. № 856. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-2019-%D0%BF#Text> (дата звернення: 02.05.2022 р.).
26. Дія. Цифрова Освіта. *Національна онлайн-платформа для розвитку цифрової грамотності*. URL: <https://osvita.diiia.gov.ua/> (дата звернення: 02.05.2022 р.).
27. Автоцивілка в Дії. *Моторне (транспортне) страхове бюро України*. URL: <http://www.mtsbu.ua/ua/presscenter/news/158143/> (дата звернення: 02.05.2022 р.).
28. Цифрові паспорти, COVID-сертифікати, єПідтримка: 100 перемог Дії та Мінцифри. *Державні послуги онлайн*. URL: <https://diiia.gov.ua/news/cifrovi-pasporti-sovid-sertifikati-yepidtrimka-100-peremog-diyi-ta-mincifri> (дата звернення: 02.05.2022 р.).

References

1. Voichuk, M. V. "Etymology concept of the "economic inclusion" in the context of cyclic development of economy." *Innovative economy*, no. 3-4 (87), 2021, pp. 28-33. 10.37332/2309-1533.2021.3-4.4.
2. Atkinson, A., and F. Messy. "Promoting Financial Inclusion through Financial Education: OECD/INFE Evidence, Policies and Practice." *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, no. 34, 2013. OECD Publishing. dx.doi.org/10.1787/5k3xz6m88smp-en. Accessed 01 Apr. 2022.
3. Demircuc-Kunt, A., Klapper, L., and D. Singer. *Financial Inclusion and Inclusive Growth. A Review of Recent Empirical Evidence*. The World Bank. 2017. April. 27 p.

- openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/26479/WPS8040.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Accessed 12 Apr. 2022.
4. Anufrieva, K.V., and A. I. Shkliar. "Financial inclusion as a factor for socio-economic development." *Ukrainian Society*, no. 3 (70), 2019, pp. 59–77. doi.org/10.15407/socium2019.03.059. Accessed 10 Apr. 2022.
 5. Chvertko, L.A. "Problems of ensuring the inclusiveness of insurance in today's challenges." *Financial and credit mechanism of economic and social development*. Kropyvnytskyi, 2021, pp. 125-128.
 6. *Future regulation of the insurance market in Ukraine: White Book*. NBU. bank.gov.ua/admin_uploads/article/White_paper_insurance_2020.pdf?v=4 [in Ukrainian]. Accessed 12 May 2022.
 7. "GDP of Ukraine." Minfin, index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/. Accessed 15 Apr. 2022.
 8. "Performance indicators of insurance companies." National Bank of Ukraine, bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist#6. Accessed 15 Apr. 2022.
 9. Melnychuk, Yu. M., Chvertko, L. A., Korniienko, T. A., Vinnytska, O. A., and O. V. Garmatiuk. "Analysis of the factors influencing the market of insurance services in life insurance." *TEM Journal*, vol. 8, is. 1, 2019, pp. 201-206. doi: https://dx.doi.org/10.18421/TEM81-28.
 10. "People." Державна служба статистики України, ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/ds/nas_rik/nas_u/nas_rik_u.html. Accessed 15 Apr. 2022.
 11. "Official exchange rate of hryvnia against foreign currencies." National Bank of Ukraine, bank.gov.ua/ua/markets/exchangerate-chart/. Accessed 15 Apr. 2022.
 12. USAID Project "Financial Sector Transformation." Financial literacy, financial inclusion and financial well-being in Ukraine in 2021. Report on the results of the study, www.fst-ua.info/wp-content/uploads/2021/10/Ukraine_2021_Financial-Literacy-Survey-Report-UA.pdf. Accessed 01 Apr. 2022.
 13. Gruber, K. "Access to financial services for individuals as a component of financial inclusion: evolution and estimation in domestic conditions." *History of economics and economic thought of Ukraine*, no. 53, 2020, pp. 407-430. doi.org/10.15407/ingedu2020.53.407. Accessed 06 Apr. 2022.
 14. "Trust in deficit: how Ukrainians can believe in the value of insurance." Delo.ua, delo.ua/economyandpoliticsinukraine/dovira-u-deficiti-jak-ukrajincjam-poviriti-u-cin-387129/. Accessed 06 Apr. 2022.
 15. "Strategy for the development of the financial sector of Ukraine until 2025." National Bank of Ukraine, bank.gov.ua/ua/about/develop-strategy. Accessed 01 May 2022.
 16. "World insurance: the recovery gains pace." *Swiss Re sigma*, no. 3, 2021, pp. 1-26. www.swissre.com/dam/jcr:ca792993-80ce-49d7-9e4f-7e298e399815/swiss-re-institute-sigma-3-2021-en.pdf. Accessed 10 May 2022.
 17. Olaniyi, E., and B. Adeoye. "Determinants of Financial Inclusion in Africa: A Dynamic Panel Approach." *University of Mauritius Research Journal*, vol. 22, 2016. mpra.ub.uni-muenchen.de/81326/1/MPRA_paper_81326.pdf. Accessed 04 May 2022.
 18. Okoroafor, O. K. David, Adeniji, Sesan Oluseyi and Emmanuel Awe. "Empirical Analysis of the Determinants of Financial Inclusion in Nigeria: 1990 – 2016." *Journal of Finance and Economics*, no. 6 (1), 2018, pp. 19-25. 10.12691/jfe-6-1-3. Accessed 06 May 2022.
 19. "Global insurance market in 2021-2022. Results and forecasts of development." *Insurance TOP*, no. 8(84), 2021, pp. 2-5.
 20. "The insurance and reinsurance market will overcome the economic consequences of Russia's invasion of Ukraine." *Forinsurer*. forinsurer.com/news/22/04/05/41058. Accessed 01 Apr. 2022.
 21. Suslov, G. "Legal aspects of military and political risk insurance in Ukraine and in the world." *Insurance TOP*, no. 8(84), 2021, pp. 10-12.
 22. Chernyakhovsky, Vyacheslav. "Will insurers pay for damaged insured property or cars during martial law in Ukraine?" *Forinsurer*. forinsurer.com/public/22/03/26/4958. Accessed 02 May 2022.
 23. "Operation of the insurance system in martial law." National Bank of Ukraine, promo.bank.gov.ua/fin-defense/. Accessed 04 Apr. 2022.
 24. Chvertko, L., Korniienko, T., and O. Vinnytska. "Digitalization of insurance business as an effective risk management lever." *Sciences of Europe*, no. 89, vol. 1, 2022. pp. 7-11. www.europe-science.com/wp-content/uploads/2022/03/Sciences-of-Europe-No-89-2022.pdf. Accessed 18 Apr. 2022.
 25. "Regulations on the Ministry of Digital Transformation of Ukraine." : approved by a resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of 18.09.2019. № 856. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-2019-%D0%BF#Text. Accessed 02 May 2022.
 26. "Diia. Digital Education." National online platform for digital literacy development, osvita.diia.gov.ua/. Accessed 02 May 2022.

27. "Avtotsyvilka v DIYI." Motor (Transport) Insurance Bureau of Ukraine, www.mtsbu.ua/ua/presscenter/news/158143/. Accessed 02 May 2022.
28. "Digital passports, COVID-certificates, eSupport: 100 victories DIYI and Mincifri." Government services online, diia.gov.ua/news/cifrovi-pasporti-sovid-sertifikati-yepidtrimka-100-peremog-diyi-ta-mincifri. Accessed 02 May 2022.

УДК 338.246.025.2

doi: 10.15330/apred.2.18.158-177

Жаворонок А.В.

СУЧАСНИЙ СТАН КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ ТА ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Національний університет
«Чернігівська політехніка»,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра теоретичної та прикладної економіки,
вул. Шевченка, 95, м. Чернігів, .
14035, Україна,
тел.: +380462230007,
e-mail: a.zhavoronok@chnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-9274-8240

Анотація. В наш час держава та фінансово-кредитні інститути стали приділяти більше уваги вирішенню проблем малого бізнесу і наслідок впливу держави на процес становлення даного підприємництва став більш відчутнішим. Актуальність даної теми визначена необхідністю вирішення значного переліку проблем та ліквідації перешкод на шляху отримання банківського кредиту для забезпечення нормального рівня їх функціонування бізнесу. Створення системи результативних, взаємовигідних відносин комерційних банків та малого бізнесу з приводу фінансово-кредитного забезпечення повинно стати основною нормою цивілізованого вітчизняного ринкового господарства. Мета статті полягає у розвитку напрямів удосконалення ринку кредитування малого бізнесу на основі новітніх банківських технологій, а також ідентифікації та впровадженні в кредитний процес вітчизняних комерційних банків пропозицій щодо його активізації і визначення його ролі у розвитку національної економіки. Для досягнення поставленої мети використано загально наукові та специфічні методи дослідження: описовий, статистичний, структурний, монографічний методи, а також аналітичний метод. Як показало дослідження, на сьогоднішній день проблеми при взаємодії малих фірм і банків перешкоджають ефективному співробітництву економічних агентів, що розглядаються, і призводять до «замкнутого кола», в якому недостатність розвитку сектора малого бізнесу та його неефективність тягне за собою небажання банків кредитувати малий бізнес через високі кредитні ризики. Це, у свою чергу, не дозволяє сектору малого бізнесу наростити обсяг кредитів та отримати необхідні фінансові ресурси для розвитку, що посилює гостроту цих проблем. В результаті бар'єр між банками і малим бізнесом продовжує зростати, про що свідчить зниження обсягів кредитування малих підприємств, зростання проблемної заборгованості банків, збільшення числа банкрутств малого бізнесу тощо. Разом з цим відбувається наростання взаємної емпатії між банками та МБ. Банки розглядають роботу з малими фірмами, як клопітку і, як правило, яка породжує масу проблем у вигляді неповернення кредиту чи проблемної заборгованістю. Для банку набагато простіше та ефективніше забезпечити кредитом одне велике підприємство, ніж обслуговувати кілька сотень малих. Наукова новизна полягає у виявленні основних проблем сталого розвитку ринку кредитування малого і бізнесу в Україні та розробці і практичному впровадженні напрямків їх удосконалення через призму вдосконалення внутрішніх механізмів кредитування та інституційних умов

функціонування малого бізнесу.

Ключові слова: малий бізнес, банківський кредит, банківське кредитування, державне регулювання, національна економіка.

Zhavoronok A.V.

CURRENT STATE OF SMALL BUSINESS CREDITING AND ITS ROLE IN THE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY

Chernihiv Polytechnic National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Theoretical and Applied Economics,
Shevchenko str., 95, Chernihiv,
14035, Ukraine,
tel.: +380462230007,
e-mail: a.zhavoronok@chnu.edu.ua,
ORCID ID : 0000-0001-9274-8240

Abstract. Nowadays, the state and financial and credit institutions have begun to pay more attention to solving the problems of small business and the impact of state influence on the formation of this business has become more noticeable. The urgency of this topic is determined by the need to solve a significant list of problems and eliminate obstacles to obtaining a bank loan to ensure the normal level of their business. Creating a system of effective, mutually beneficial relations between commercial banks and small businesses in terms of financial and credit security should become the main norm of a civilized domestic market economy. The purpose of the article is to develop ways to improve the market for small business lending based on the latest banking technologies, as well as to identify and implement in the lending process of domestic commercial banks proposals for its activation and determine its role in the national economy. To achieve this goal, general scientific and specific research methods were used: descriptive, statistical, structural, monographic methods, as well as analytical methods. According to the study, today the problems in the interaction of small firms and banks hinder the effective cooperation of economic agents under consideration, and lead to a "vicious circle" in which the lack of development of the small business sector and its inefficiency leads to reluctance of banks to lend to small businesses. high credit risks. This, in turn, does not allow the small business sector to increase the volume of loans and obtain the necessary financial resources for development, which exacerbates these problems. As a result, the barrier between banks and small businesses continues to grow, as evidenced by a decrease in lending to small businesses, an increase in bad debts of banks, an increase in the number of bankruptcies in small businesses and more. At the same time, there is a growing mutual empathy between banks and the World Bank. Banks consider working with small firms as a hassle and, as a rule, which creates a lot of problems in the form of non-repayment of credit or problem debt. It is much easier and more efficient for a bank to provide credit to one large enterprise than to serve several hundred small ones. The scientific novelty is to identify the main problems of sustainable development of the small and business lending market in Ukraine and the development and practical implementation of their improvement through the prism of improving internal lending mechanisms and institutional conditions for small business.

Keywords: small business, bank credit, bank lending, government regulation, national economy.

Вступ. Малий бізнес є однією з найважливіших елементів ринкового господарства поряд із великим бізнесом, адже сприяє вирішенню економічних, соціальних, науково-технічних проблем в усіх секторах економіки, досить швидко забезпечує зайнятість населення, розширює асортимент та підвищує якість товарів, робіт та послуг. Малий бізнес надає економіці гнучкість, мобільність, маневреність, сприяє підвищенню рівня національного добробуту, розширює бази оподаткування регіональних і місцевих бюджетів, пом'якшує гостроту соціально-економічних наслідків ринкових реформ. Малий бізнес є не тільки істотною складовою і масовою базою ринкового господарства,

а ще й невід'ємним елементом конкурентного механізму, максимально гнучкою, ефективною і прозорою в силу своїх розмірів формою господарювання. Даний бізнес мобілізує фінансові і виробничі ресурси населення, він може виступити серйозним засобом подолання кризових явищ в економіці і її стабілізації.

В наш час держава та фінансово-кредитні інститути стали приділяти більше уваги вирішенню проблем малого бізнесу і наслідок впливу держави на процес становлення даного підприємництва став більш відчутнішим. Представники малого бізнесу зі свого боку стали з меншою недовірою і скептицизмом ставитися до дій таких структур в плані підтримки. Все це передбачає, що малий бізнес представляє чималий інтерес як предмет програми кредитних ресурсів, а також як споживач різних роздрібних послуг комерційного банку.

Банківський сектор приймає активні дії в сфері кредитування малого бізнесу і є основним джерелом позикових коштів. Посилення позицій даного бізнесу в економіці регіонів також має важливе значення і для банківського сектора, для розширення сфери застосування капіталу, бізнесу кредитних організацій, для диверсифікації ризиків і зниження залежності банку від обмеженого кола великих клієнтів.

Однією з причин, що ускладнюють доступ суб'єктів малого бізнесу до фінансових ресурсів, є високий рівень процентної ставки за банківськими кредитами, який навіть при створенні системи гарантій може бути непосильним окремих категоріям суб'єктів підприємництва. Для таких підприємств може бути використаний такий спосіб державної підтримки, як субсидування процентної ставки за банківськими кредитами. При використанні цієї схеми малий бізнес, отримавши кредит в комерційному банку на ринкових умовах, має право на отримання компенсації частини відсоткової ставки за рахунок коштів бюджету або фонду підтримки малого підприємництва.

Сьогодні особливо виробничі галузі малого бізнесу і мала інноваційна діяльність розвиваються поки не в достатній мірі. Пов'язано це з тим, що для їх розвитку необхідні довгострокові і порівняно недорогі кредитні ресурси, оскільки більшість суб'єктів малого бізнесу відчувають гостру потребу в оновленні обладнання, придбання нових і сучасних технологій і задовольнити такі потреби сьогодні можуть лише комерційні банки та їх система кредиту.

Актуальність даної теми визначена необхідністю вирішення значного переліку проблем та ліквідації перешкод на шляху отримання банківського кредиту для забезпечення нормального рівня їх функціонування бізнесу. Створення системи результативних, взаємовигідних відносин комерційних банків та малого бізнесу з приводу фінансово-кредитного забезпечення повинно стати основною нормою цивілізованого вітчизняного ринкового господарства.

Постановка завдання. Мета статті полягає у розвитку напрямів удосконалення ринку кредитування малого бізнесу на основі новітніх банківських технологій, а також ідентифікації та впровадженні в кредитний процес вітчизняних комерційних банків пропозицій щодо його активізації і визначення його ролі у розвитку національної економіки.

Результати. У сучасній світовій економіці інновації є головним чинником конкурентоспроможності та сталого економічного розвитку. Від здатності держави здійснювати ефективну інноваційну політику залежить місце країни на міжнародній арені і добробут її громадян.

У розвинених країнах малий бізнес (далі – МБ) вносять істотний внесок в інноваційний розвиток національної економіки, використовуючи свої конкурентні переваги в гнучкості та оперативності прийнятих рішень. В Україні їх потенціал в значною мірою не реалізований. Однак, як показує світовий досвід, мале і середнє підприємництво може внести більший внесок в інноваційний розвиток економіки нашої

країни. Більш того, на думку деяких економістів, саме малий і середній бізнес покликаний стати локомотивом модернізації української економіки і забезпечити подолання кризової смуги в її розвитку. У зв'язку з цим важливо визначити, яку роль покликаний зіграти малий і середній бізнес на тому етапі економічних перетворень, які мають бути в українській економіці. Виходячи з цієї ролі повинна бути вироблена економічна політика щодо МБ.

Ми вважаємо, що МБ є механізмом реалізації ризикової виробничо-економічної діяльності, заснований на прояві особистої ініціативи і розрахований на систематичне отримання прибутку від виробництва і реалізації товарів, робіт та послуг, він є локомотивом української економіки та одним з ключових елементів ринкової економіки, що впливає на темпи економічного зростання і структуру ВВП. Крім того, МБ відіграє значну роль в забезпеченні рівноваги між ринковою ефективністю і вирішенням соціальних завдань, а на регіональному рівні – в зниженні рівня безробіття, зростання доходів населення, збільшення надходжень до бюджету.

Ознаки підприємницької діяльності представлено на рис. 1.



Рис. 1. Ознаки, що характеризують підприємницьку діяльність

*Джерело: складено на основі [2; 4]

Fig. 1. Signs that characterize entrepreneurial activity

На сьогоднішній день зміна економічних умов модифікує основні риси МБ, породжує нову оцінку ролі і місця бізнесу в соціально-економічному розвитку суспільства, що особливо актуально для підприємств в сфері послуг.

МБ становить 1/6 виробничих потужностей в країні, що є результатом автоматизації та механізації існуючого виробництва, впровадження нових технологій виробництва, розширення асортименту продукції. Четверта частина інвестиційних потоків, спрямованих на заміну зношеного обладнання та устаткування, була інвестована в малі підприємства. Крім того, 6% нових робочих місць було створено на підприємствах цього сектора економіки.

Визнана роль МБ в створенні нових робочих місць, в основному в сфері послуг. Це підприємства забезпечили зростання зайнятості населення в останні десятиліття. МБ забезпечує соціальну і політичну стабільність, здатний пом'якшувати наслідки структурних змін, швидше адаптується до потреб ринку, вносить значний вклад в регіональний розвиток, конструює і використовує технічні і організаційні нововведення.

На поточній стадії розвитку економіки України роль МБ значно збільшується. Це пояснюється такими особливостями і функціями, як:

- 1) функціонування на локальному ринку;
- 2) більш швидка пристосованість до умов місцевого господарювання, оборотність основного капіталу і ресурсів, а також менша величина необхідного початкового інвестування в порівнянні з великим підприємством;
- 3) висока швидкість реагування на стан ринку і переваги споживачів, можливість в короткі терміни вводити зміни в хід виробництва і сам продукт в залежності від

внутрішніх і зовнішніх чинників;

4) безпосередній зв'язок зі споживачем;

5) вузька спеціалізація на певних сегментах ринку товарів і послуг;

6) забезпечення мобільності і здатності швидкої адаптації до технологічних змін.

Ще одним значним чинником розвитку економіки служить внесок малого і середнього бізнесу в зайнятість країни. Згідно з даними Державної служби статистики, в 2017 році середня частка чисельності працівників, зайнятих в малому і середньому підприємстві, склала 40%, а з урахуванням зовнішніх сумісників 75% (в ЄС цей показник коливається від 55% до 81%), таким чином, забезпечуючи досить велику частку робочих місць. Приблизно 78,4% робочих зайнято на малих підприємствах в сфері обробного виробництва, торгівлі, операціях з нерухомістю та в сільському господарстві.

Середні підприємства переважають у капіталомістких секторах, таких як страхування, банківська діяльність і транспорт. Внаслідок цього можна зробити висновок про спрямованість: МБ домінує в обробній промисловості і торгівлі, в той час як велике підприємство бере на себе види діяльності, що вимагають великих капіталовкладень. Дискусійним і суперечливо відрегульованим в законодавстві питанням залишається критерій віднесення підприємства до категорії малого та середнього. Самим широко використовуваним критерієм є чисельність співробітників, диференційована за галузями.

При визначенні критеріїв приналежності підприємств до категорії малого чи середнього бізнесу, необхідно враховувати особливості діяльності різних господарюючих суб'єктів на основі їх галузевої спрямованості, умов експлуатації та економічного змісту їх діяльності.

Для класифікації організації як МБ у системі фінансових відносин, більш доцільно застосовувати диференційовані показники на основі економічного змісту діяльності. На наш погляд, введення в науковий обіг і практику управління визначення критерію «економічний зміст діяльності МБ» дозволить диференційовано, з урахуванням різних умов економічного розвитку, а також особливостей функціонування в різних секторах економіки адекватно характеризувати суб'єкти малого та середнього бізнесу.

Функціонування МБ в Україні визначена Конституцією України, ГКУ, ЦКУ, ПКУ та іншим законодавством. Тільки з прийняттям Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», встановлено трактування суб'єктів мікро-підприємництва та малого та великого підприємства.

МБ стає невід'ємною ланкою в структурі суспільного відтворювального процесу, без якого неможливо забезпечити успішний соціально-економічний розвиток суспільства і зростання ефективності виробництва

Однак, незважаючи на позитивні впливи МБ на економіку, відзначимо його відставання від зарубіжних країн за показниками наповнення бюджету, підвищення добробуту суспільства, генерації інновацій та інвестицій. Становище загострюється високим ступенем ризику, схильністю МБ до банкрутства, некомпетентністю менеджерів, відсутністю соціального захисту зайнятих та використання неформальної зайнятості, складністю доступу до фінансових ресурсів, наукових розробок, використанням тіньових ресурсів, залежністю від великих підприємств і держави.

Вважаємо, що коренем даної проблеми є формальний характер державної підтримки МБ, а економічні перешкоди, адміністративні труднощі, ПКУ та знятий з розгляду Розпорядження КМУ «Про схвалення Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року» не стимулюють розвиток бізнесу. За таких обставин складно говорити про розвиток МСБ як стратегічний напрям

економічної політики.

Вважаємо, що основними причинами перешкод розвитку МСБ в Україні, є нестача внутрішніх фінансових ресурсів та складність доступу до зовнішніх джерел фінансування. Для глибокого розуміння їх сутності дослідимо, які фінансові ресурси у своїй діяльності використовує МБ (рис. 2).

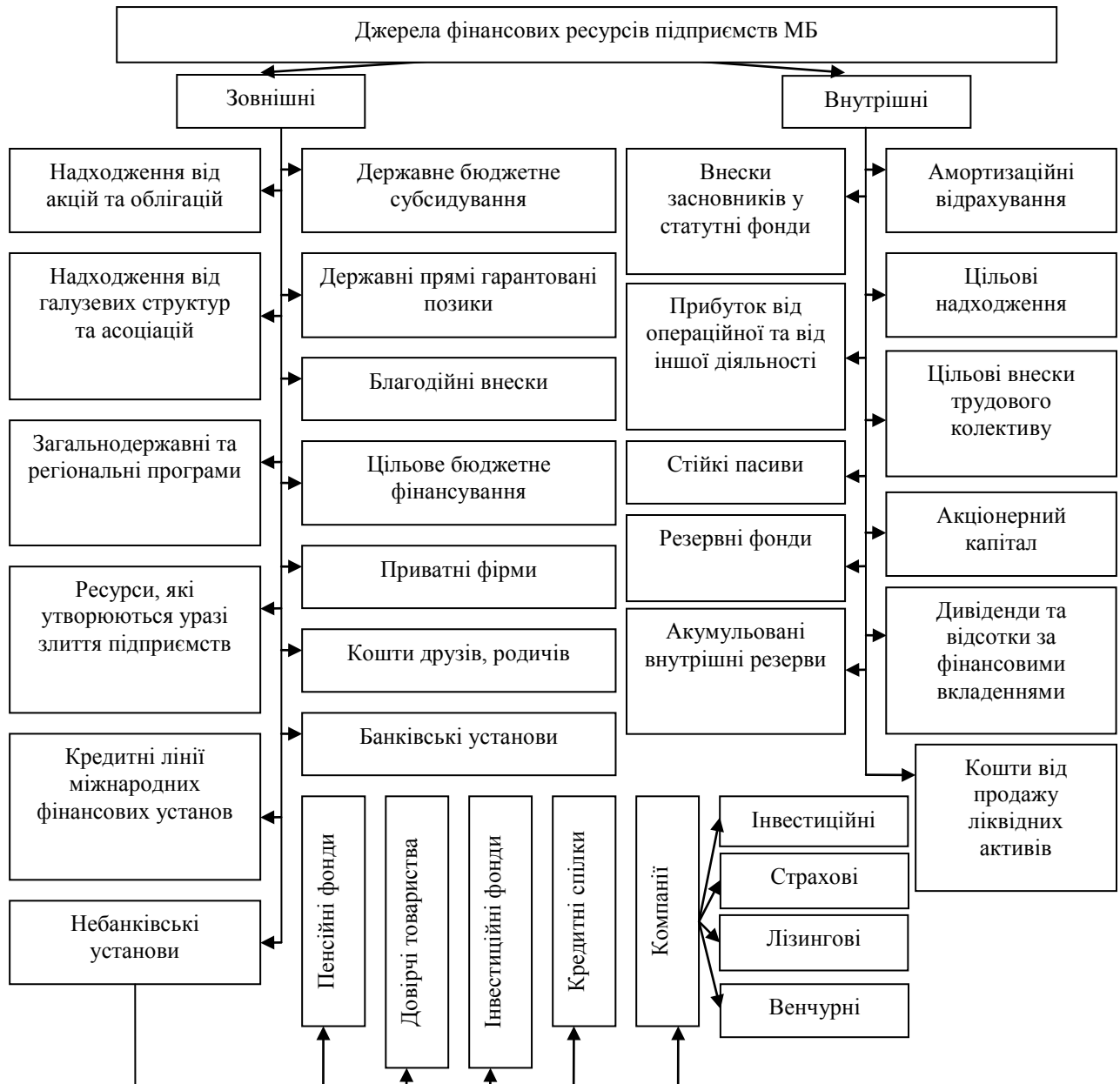


Рис. 2. Джерела фінансових ресурсів підприємств МБ

Джерело: складено на основі [1; 3; 5; 6]

Fig. 2. Sources of financial resources of SB enterprises

Фінансування МСБ в Україні здійснюється в першу чергу за рахунок реінвестування власних прибутків, заощаджень, коштів родичів і друзів та за рахунок отримання кредиту, зокрема, банківського. МСБ використовує і споживче кредитування, адже механізм його отримання набагато простіший.

Проте, незважаючи на існуючу систему органів фінансового забезпечення, МБ зіштовхується із значними труднощами залучення кредитних коштів. На обмеження

кредитування суб'єктів МБ в Україні впливають декілька чинників як з боку попиту, так і з боку пропозиції. Зокрема, в сучасних умовах ведення бізнесу в Україні склалася банко-центрична модель фінансування МБ, за якої головна роль належить банківським установам.

Загалом, проблеми доступу МСБ до фінансового забезпечення необхідно аналізувати комплексно, з урахуванням факторів попиту і пропозиції (рис. 1.4).

Представивши сутність та проблеми фінансового забезпечення МБ в Україні, необхідно відзначити, що в сучасних умовах господарювання МБ є двигуном української економіки і з цією метою вже закладено основи системи його фінансового забезпечення.

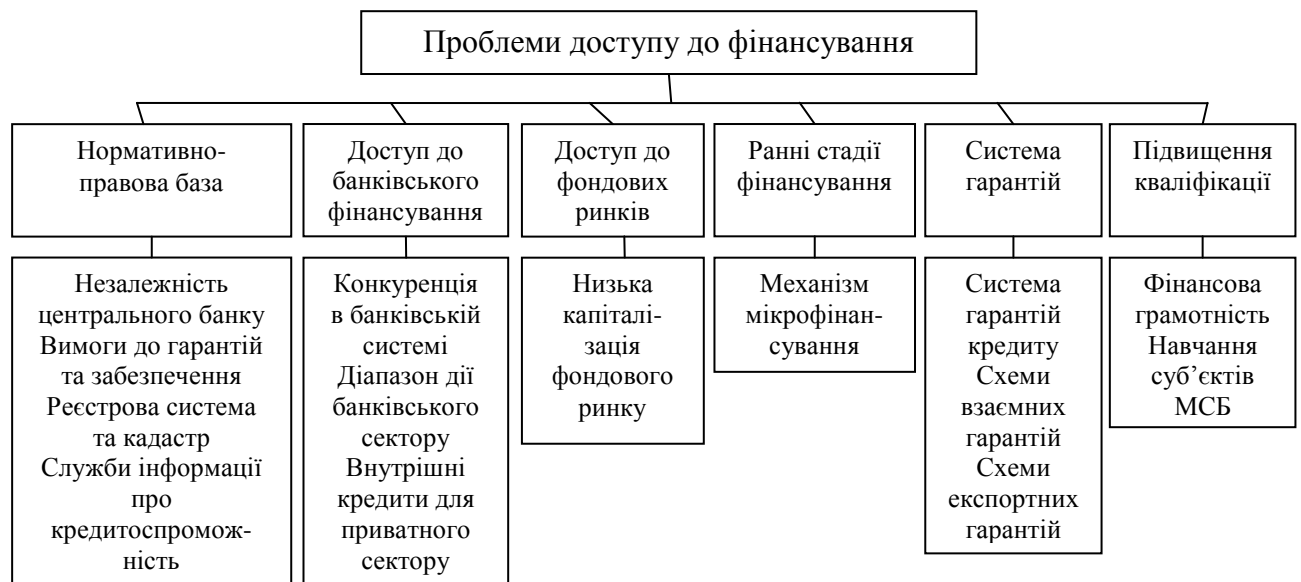


Рис. 3. Проблеми доступу МБ до фінансування з урахуванням факторів попиту і пропозиції

*Джерело: складено на основі [7; 8; 10]

Fig. 3. Problems of SB access to financing taking into account supply and demand factors

Поряд з тим банківська система не в змозі в повній мірі задовольнити попит суб'єктів МСБ у кредитних ресурсах у зв'язку з рядом причин. Крім того, повноцінно не функціонує система державної підтримки, а діючі форми висувають перед МБ такі вимоги, більшість з яких є не прийнятними. Поряд з тим існує перелік факторів, які звужують можливість МБ використовувати фінансові ресурси вітчизняної небанківської системи.

Для подолання зазначених труднощів необхідно удосконалити нормативно-правову базу фінансового забезпечення МБ, здійснювати пошук нових джерел фінансування, а також стимулювати процеси взаємного фінансування суб'єктами МБ один одного у формі фондів взаємного фінансування на умовах кредитної кооперації. Життєво необхідно удосконалити систему фінансово-кредитних установ з різними організаційно-правовими особливостями та механізмами функціонування, яка б функціонувала за спільною метою – ефективного фінансового забезпечення МСБ. Важливим повинно стати підвищення кредитної та бізнес-культури суб'єктів МСБ, а тут все залежить від ініціатив держави щодо виведення бізнесу з «тіні» та ліквідації корумпованості економіки, розробка та реалізація спеціальних інвестиційних програм зовнішніх та внутрішніх запозичень МСБ.

На сьогоднішній день МБ є не лише найважливішим сектором економіки, а й

значною складовою промислового виробництва. У багатьох розвинених країнах малі та середні підприємства є невід'ємною частиною національної економіки. Саме у промисловому сегменті малого бізнесу спостерігається найбільше відставання України від країн із розвинутою ринковою економікою, адже роль малих підприємств у промисловому секторі економіки винятково велика: вони можуть дати імпульс у розвиток виробничого сектора країни, забезпечити додаткові робочі місця, активізувати сучасні інновації та технології, стати основою імпортозаміщення, а також «демонструвати роль конкуренції економіки».

Досить поширеною ситуацією для бізнесу є факт істотного погіршення економічного становища малої фірми, яка взяла банківський кредит. І причиною цього можуть бути не лише умови її кредитування, а й різні непередбачені обставини – зміна макроекономічної ситуації, дії конкурентів, слабе становище фірми на локальному ринку, різке падіння попиту продукцію тощо, що супроводжується необхідністю повернення банку запозичених коштів. Тому у сучасних умовах банки оцінюють ризики кредитування малих підприємств як надзвичайно високі, що потребує їх компенсації шляхом підвищення ставки відсотка, і що негативно впливає на динаміку обсягів кредитування сектора МБ. Таким чином, у банків відсутні і стимули для залучення підприємств малого бізнесу, та довіра до цього сегменту клієнтів. З іншого боку, є малі підприємства, які потребують доступних кредитних ресурсів, але не можуть їх отримати через високі ставки відсотків і, як правило, не довіряють банківським структурам, які домінують над ринком кредитних послуг і здатних в односторонньому порядку змінити умови кредитування. У зв'язку з цим важливим напрямом активізації взаємодії банківського та підприємницького секторів є такі інституційні форми ведення бізнесу, які ґрунтуються на принципі співпраці.

На основі даних, які оприлюднює НБУ, Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, а також даних Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань розглянемо аналіз динаміки чисельності суб'єктів малого та середнього бізнесу в Україні (табл. 1)

Таблиця 1

Аналіз динаміки чисельності суб'єктів МБ України в загальній структурі МСБ за 2018-2020 роки

Table 1

Analysis of the dynamics of the number of subjects of the SB of Ukraine in the general structure of SMB for 2018-2020

Показник	2018 рік	2019 рік	2020 рік	Відхилення звітного періоду (+, -) від	
				2018 року	2019 року
Всього суб'єктів МСБ, з них (од.):	6559565	6916781	7062753,0	503188,0	145972,0
середній бізнес	16895	18507	18290	1395,0	-217,0
малий бізнес	3305968	3483628	3554530,0	248562,0	70902,0
мікро- бізнес	3236702	3414646	3489933,0	253231,0	75287,0
Кількість зайнятих працівників, з них (тис. ос.):	9991,2	10578,7	10456,7	465,5	-122,0
середній бізнес	2784,5	3089,7	3123,2	338,7	33,5
малий бізнес	4173,7	4320	4234,0	60,3	-86,0
мікро- бізнес	3033	3169	3099,5	66,5	-69,5

*Джерело: складено на основі [9]

Згідно інформації, Єдиного державного реєстру юридичних осіб (ЄДРПОУ),

фізичних осіб – підприємців (ФОП), громадських формувань та ДСС України [62] станом на 1 січня 2020 року (зведені дані за 2020 рік, які ще не оприлюднені) в Україні зареєстровано понад 6 млн. суб'єктів малого і середнього бізнесу із загальною чисельністю працівників понад 10,45 млн. осіб, тобто в цій сфері працює більше 25% загального числа зайнятих. За 2018 та 2020 роки кількість малих, а також середніх підприємств значно зменшилася, а от чисельність їх працівників за підсумками 2019 року зросла лише на 0,4% (табл. 2.1). Отже, як бачимо чисельність МБ в загальній структурі становить в 2018 році 50,4 %, 2019 рік – 50,4, а в звітному році вона становила 50,3%, що є досить значною в загальній структурі чисельності працівників. Розглянемо також, обсягів виручки від реалізації МБ у вітчизняному МСБ (табл. 2).

Таблиця 2

Аналіз динаміки обсягів виручки від реалізації суб'єктів МБ України в загальній структурі МСБ за 2018-2020 роки

Table 2

Analysis of the dynamics of revenues from the sale of entities of the SB of Ukraine in the overall structure of SMB for 2018-2020

млн. грн.

Показник	2018 рік	2019 рік	2020 рік	Відхилення звітного періоду (+, -) від	
				2018 року	2019 року
Всього суб'єктів МСБ, з них:	43329556,7	8323257,2	9087949,9	-34241606,8	764692,7
середній бізнес	39540178,5	4194484,1	4384676,2	-35155502,3	190192,1
малий бізнес	2496947,7	2698213,4	3051233	554285,3	353019,6
мікро- бізнес	1292430,5	1430559,7	1652040,7	359610,2	221481

*Джерело: складено на основі [9]

Так, з точки зору обсягів виручки від реалізації особлива роль у вітчизняному МСБ займає середній бізнес, а саме в 2020 році – 48,2% (табл. 2.2) [62]. Щодо ролі МБ то – обсяг виручки від реалізації у вітчизняному МСБ в 2020 році складав – 33,6 %, що у 2020 році склав 4,38 трлн. грн., який збільшившись в порівнянні з показниками 2019 року на 24,9%. Виручка малого бізнесу оцінюється в 3,05 трлн. грн., яка збільшилася в порівнянні з показниками 2018 та 2019 років на 22,2% та 13,1% відповідно. Сукупний оборот сегмента мікро- бізнесу досягає 1,65 трлн. грн., а приріст у порівнянні з 2018 та 2019 роками 27,1% та 15,5%.

Важливим у розвитку МБ – є обсяг створеної доданої вартості та її участі у створенні національного доходу. Так, розглянемо основні показники участі МБ у створенні доданої вартості в загальній структурі та за галузями господарської діяльності представлено у табл. 3.

Аналіз динаміки створеної доданої вартості суб'єктами МБ України в загальній структурі МСБ за 2018-2020 роки

Table 3

Analysis of the dynamics of value added created by the subjects of the SB of Ukraine in the overall structure of SMB for 2018-2020

Показники	2018 рік	2019 рік	Відхилення звітного періоду (+,-) від базового	
			млн. грн.	%
Всього, млн. грн.	1580453,5	1966366	385912,5	24,4
Середній бізнес, млн. грн.	956970,8	1175647,0	218676,2	22,9
у % до загальної доданої вартості відповідного виду діяльності	60,6	59,8	-0,8	-1,3
Малий бізнес, млн. грн.	458508,7	569026,4	110517,7	24,1
у % до загальної доданої вартості відповідного виду діяльності	29,0	28,9	-0,1	-0,3
З нього мікро- бізнес, млн. грн.	164974	221692,6	56718,6	34,4
у % до загальної доданої вартості відповідного виду діяльності	10,4	11,3	0,9	8,7

*Джерело: складено на основі [9]

Щодо, аналізу даних табл. 3, бачимо зростання ролі доданої вартості, яка виробляється суб'єктами МБ в загальній структурі МСБ. Як бачимо, найбільший вплив у даному процесі чинить середній бізнес. Але, у 2019 році частка малого бізнесу нарощує суму доданої вартості (приріст у 2019 році становив 24,1%), в звітному році вона становила – 28,6% в загальній структурі. Також, варто виділити позитивну тенденцією в зростанні участі у доданій вартості країни – мікро-бізнесу, питома вага якого у звітному році становила 11,3%, що на 8,7% більше за відповідні показники 2018 років. Нажаль, за відсутності даних по 2020 році не можемо проаналізувати дані показники.

Варто відзначити, що перспективи малого бізнесу в Україні сьогодні визначаються Стратегією сталого розвитку «Україна-2020» [74] та Законом України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва» від 22.03.2012 р. № 4618-VI [6]. Планується, що у найближчі п'ять років внесок малого і середнього бізнесу у ВВП України повинен перевищити 25%, а число робочих місць збільшитися в невеликих компаніях до 15 млн.

Щоб досягти цих показників буде здійснено: додаткове фінансування у рамках державних програм підтримки та розвитку МБ, в тому числі і у формі пільгового кредитування, будуть спрощені умови роботи для МБ; будуть максимально спрощені всі процедури створення і ведення власної справи; розширення для МБ доступу на вітчизняний ринок через участь у закупівлях держкомпаній.

Проблемою, є підвищенні ризики кредитування малих підприємств у порівнянні з кредитним великих компаній. Це знаходить своє відображення у вартості кредитно-інвестиційних ресурсів для МБ: кредитна ставка для українських малих фірм перевищує банківський відсоток великого бізнесу на 2–3 п.п. У розвинених країнах із високим рівнем розвитку МБ ця ситуація цілком протилежна.

Проблема доступності зовнішнього фінансування для МБ є одним із основних зовнішніх бар'єрів для їх розвитку, зокрема, постійний пошук урядом макроекономічної стабільності виливається в жорсткі обмеження доступу до фінансових ресурсів для даного бізнесу, а також – високі ставки, заставні вимоги і

незручні терміни повернення. Також, обмежене коло банків, що займаються кредитуванням МБ, що зменшує для підприємців область вибору ними кредитних установ. На сьогоднішній день, ринку кредитування бізнесу переважають великі банки. Лідерами кредитування малого бізнесу останні кілька років є банки з державною участю – АТ «Укресімбанк», АТ «Ощадбанк», ПАТ «ПриватБанк». Актуальним для МБ є питання: Які реальні процентні ставки за кредитами в національній валюті? Адже, процентні ставки за кредитами в національній валюті в Україні є значними у порівнянні із зарубіжними країнами (офіційні статистичні дані сфери кредитування МСБ подаються НБУ, починаючи з жовтня 2017 року) (табл. 2.4) [65]. Це означає, що банківські ресурси, що залучаються, негативно впливають на прибутковість підприємств із сектора МБ. Таким чином, необхідне використання нових інструментів фінансування малих промислових фірм, що реалізується у тому числі за участю держави, у тому числі – надання гарантій та субсидування ставки відсотка за кредит. Розглянемо динаміку середніх значень ставок кредитування МБ в Україні (табл. 4).

Згідно даних табл. 4, відмічено позитивну динаміку зменшення ставок за кредитами, наданими у національній валюті, особливо для суб'єктів малого бізнесу, що не можна сказати про мікро- бізнес – приріст становив 27,6% звітнього року в національній валюті.

У сучасних умовах існує безліч факторів, що гальмують ефективне функціонування сектора МБ. Основним економічним гальмом є дисбаланс між фінансовими можливостями банків та потребами малих фірм у доступних кредитних ресурсах. Ключовим інституційним фактором є низький рівень взаємної довіри, який зумовлює двосторонню пасивність взаємовідносин та посилює також дію інших негативні фактори. Досвід розвинених країн, де малий бізнес давно та успішно функціонує, підтверджує той факт, що високий рівень довірчих відносин між економічними суб'єктами є найважливішою умовою інтенсифікації їхньої кредитно-інвестиційної діяльності.

Таблиця 4

Аналіз динаміки середніх значень ставок кредитування МБ України в загальній структурі МСБ за 2018-2020 роки

Table 4

Analysis of the dynamics of average values of lending rates of the SB of Ukraine in the overall structure of SMB for 2018-2020

Показник	2018 рік		2019 рік		2020 рік		Відхилення звітнього періоду (+,-) від базового			
							2018 рік		2019 рік	
	нац. валюта	ін. валюта	нац. валюта	ін. валюта	нац. валюта	ін. валюта	нац. валюта	ін. валюта	нац. валюта	ін. валюта
Середній бізнес	18,9	11,5	20,7	11,6	14,4	5,5	-4,5	-6	-6,3	-6,1
Малий бізнес	18,7	8	18,7	8,4	10,1	7	-8,6	-1	-8,6	-1,4
Мікро-бізнес	93,6	30,7	66	22,3	97,1	22,7	3,5	-8	31,1	0,4

*Джерело: складено на основі [9]

Особиста і структурна нестійкість малого бізнесу в Україні зумовила його вразливість від негативних наслідків, що виникають, і створила передумови для того,

щоб наслідки COVID-19 набули руйнівного характеру. Карантинні та посткарантинні (обмежувально-ізоляційні) заходи занурили економіку країни в «штучну кому»: різко скоротився як виробничий попит, і попит населення. Відповідно, це негативно позначилося на малих виробничих підприємствах, які працюють або в симбіозі з великими промисловими фірмами, або за умов довгострокових господарських контрактів.

В даний час взаємодія підприємницького та банківського секторів характеризується різкою диспропорцією у джерелах фінансування малих підприємств: на частку банків припадає трохи більше 15% інвестиційних ресурсів, що у 2–2,5 рази менше, ніж за кордоном, а власні та неформальні джерела становлять 70–80%. До найбільш значимих факторів, що гальмують кредитно-інвестиційну діяльність малих підприємств і банків відносяться такі: невідповідність середньої рентабельності підприємства і ставки відсотка, високі ризики неповернення кредиту, неузгодженість між структурою інвестиційної потреби малої фірми і «стандартами» банківських продуктів, інформаційна асиметрія, і т.д.

Малий бізнес – основа ринкової економіки розвинених країн. Важливе місце він займає і в українській економічній політиці, що відображено в основних нормативно-законодавчих документах. Тому у зв'язку з недостатнім розвитком малого бізнесу урядом України у 2017 р. було розроблено «Стратегію розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року», в якій було сформульовано амбітні цілі щодо його розвитку, а також розглянуто можливості модернізації економіки в цілому на основу прискореного зростання сектора малого підприємництва.

Моніторинг кредитного портфеля МБ, є важливим контролем над показниками простроченої заборгованості, а також рівнем кредитного ризику та середніх залишків строкової позичкової заборгованості за сегментом кредитів даних суб'єктів. МБ знаходиться на неефективній траєкторії розвитку, а малі підприємці стикаються з безліччю проблем, незважаючи на заявлені державою антикризові заходи. Ситуація, що склалася з сектором МБ не дозволяє виконувати призначені йому функції, зокрема: формування конкурентного середовища, розвиток високотехнологічних напрямів економіки, наповнення бюджетів усіх рівнів за рахунок податкових відрахувань, створення робочих місць, формування «середнього» класу тощо. Так, обсяги кредитування МБ – юридичних осіб – підприємців за 2018-2020 роки зменшилися. Його питома вага в загальному обсязі виданих кредитів також знижується з 36,1% до 21,1%, склавши за даними на 1 січня 2020 року 3860,0 млн. грн. проти 6037,0 млн. грн. у 2018 році (табл. 5).

Отже, як бачимо валюта кредитування, для переважної більшості кредитів, наданих МБ – юридичним особам, у 2018-2019 роках була надана у національній валюті – 44,4% та 60,2%, але бачимо також, що частка в іноземній валюті у 2018 році становила – 55,6% та 39,8%, що є досить значною. Щодо мікро- бізнесу, то питому вагу в загальній структурі займає кредити в національній валюті – 93,0% та 90,2%.

Таблиця 5

Аналіз динаміки кредитного портфелю комерційних банків для МБ в загальній структурі МСБ – юридичних осіб в Україні за 2018-2020 роки

Table 5

Analysis of the dynamics of the loan portfolio of commercial banks for SB in the overall structure of SMB - legal entities in Ukraine for 2018-2020

Показники	2018 рік	2019 рік	Відхилення звітного періоду (+,-) від базового	
			млн. грн.	%
Всього МСБ, в тому числі (млн. грн.):	9222	9577	355	3,8
в національній валюті	6892	7242	350	5,1
в іноземній валюті	2330	2335	5	0,2
Середній бізнес, в тому числі (млн. грн.):	1973	1313	-660	-33,5
в національній валюті	1289	812	-477	-37,0
в іноземній валюті	684	501	-183	-26,8
Малий бізнес, в тому числі (млн. грн.):	1998	1759	-239	-12,0
в національній валюті	888	1059	171	19,3
в іноземній валюті	1110	700	-410	-36,9
Мікро- бізнес, в тому числі (млн. грн.):	2066	1823	-243	-11,8
в національній валюті	1922	1644	-278	-14,5
в іноземній валюті	144	179	35	24,3

*Джерело: складено на основі [9]

Актуально розглянути динаміку кредитного портфелю комерційних банків для МСБ (табл. 6).

Таблиця 6

Аналіз динаміки кредитного портфелю комерційних банків для МБ – фізичних осіб в загальній структурі МСБ України за 2018-2020 роки

Table 6

Analysis of the dynamics of the loan portfolio of commercial banks for SB - individuals in the overall structure of SMB of Ukraine for 2018-2020

Показники	2018	2019	Відхилення звітного періоду (+,-) від базового	
			млн. грн.	%
Всього МСБ, в тому числі (млн. грн.):	5105	6294	1189	23,3
в національній валюті	4554	5880	1326	29,1
в іноземній валюті	551	415	-136	-24,7
Середній бізнес, в тому числі (млн. грн.):	375	397	22	5,9
в національній валюті	302	364	62	20,5
в іноземній валюті	73	33	-40	-54,8
Малий бізнес, в тому числі (млн. грн.):	316	290	-26	-8,2
в національній валюті	186	208	22	11,8
в іноземній валюті	130	82	-48	-36,9
Мікро- бізнес, в тому числі (млн. грн.):	1616	2317	701	43,4
в національній валюті	1414	2255	841	59,5
в іноземній валюті	202	64	-138	-68,3

*Джерело: складено на основі [9]

Аналізуючи дані табл. 6, бачимо частку кредитування МБ – фізичних осіб в загальному обсязі кредитування суб'єктів господарювання в Україні в 2019 року становила 35,6% проти 26,5% у 2018 році, що на 9,1% більше за попередній рік. Це може стверджувати про посилення кредитної політики на користь фізичних осіб-підприємців.

Щодо валюти їх кредитування, то за підсумками звітного року 93,4% складають кредити у національній валюті проти 6,6% – в іноземній. Фізичні особи – підприємці, які у звітному періоді отримали кредитні кошти у національній валюті, 36,8% - суб'єкти мікро- бізнесу, 15,9% – суб'єкти середнього бізнесу та 4,6% – малий бізнес. У 2018 році відповідні показники становили: середній бізнес – 7,3%, малий бізнес – 6,2% та мікро- бізнес – 31,7%. Таким чином, серед суб'єктів МБ – фізичних осіб найбільшими обсягами кредитних коштів у національній валюті користувалися суб'єкти мікро-бізнесу, і бачимо при цьому, що динаміка зростання обсягів кредитування щороку збільшується – з 36,8% у 2018 році до 31,7% – у 2019 році.

В результаті ситуації, що склалася після додаткового кредитування, слід очікувати зростання простроченої заборгованості у банків, що видали кредити МБ, та їх ще більш негативне ставлення до кредитування малого бізнесу в майбутньому.

Таким чином, очікуваними результатами є такі:

- 1) погіршення взаємовідносин між банками та МБ;
- 2) можлива зміна складу позичальників, серед яких все більше переважатимуть клієнти, які мають високу схильність до ризику (або навіть шахраї), оскільки сумнінні позичальники, які тверезо оцінюють негативний вплив високих банківських відсотків на рентабельність свого підприємства, шукатиме доступніші джерела фінансування (наприклад, позики фізичних осіб).

Проведений аналіз ефективності використання позикових коштів свідчить про негативний вплив на ефективність діяльності МБ позикового банківського фінансування, яке надається на поточних умовах. Це означає, що забезпечення МБ доступними кредитно-інвестиційними ресурсами має супроводжуватися субсидуванням ставки відсотка до рівноважного співвідношення між рентабельністю активів та кредитною ставкою, яке може забезпечуватися або державою, або спеціалізованими фондами та організаціями.

Розглянемо динаміку кредитного портфелю комерційних банків за термінами надання МБ, основні їх показники представлені у табл. 7.

Таблиця 7

Аналіз кредитного портфелю комерційних банків за термінами надання МБ в загальній структурі МСБ України за 2018-2020 роки

Table 7

Analysis of the loan portfolio of commercial banks in terms of the provision of SB in the overall structure of SMB of Ukraine for 2018-2020

Показники	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	Відхилення звітного періоду (+,-) від базового			
							2018	2019	2018	2019
Всього, в тому числі (млн. грн.):	9222	9577	11013	5105	6294	7238	1791	1436	-	-
до 1 року	4940	5554	6387	2441	2800	3220	1447	833	-	-
1-5 років	3402	3248	3735	2288	3229	3713	333	487	-	-
більше 5 років	880	774	890	376	266	306	10	116	-	-

Продовження табл. 7

	юридичні особи			фізичні особи			юридичні особи		фізичні особи	
Середній бізнес, в тому числі:	1972	1314	1511	375	397	456	-461	197	81	59
до 1 року	1117	238	273	201	237	273,0	-844	35	72	36
1-5 років	855	1076	1237	146	154	177,0	382	161	31	23
більше 5 років	0	0	0	28	6	7	0	0	-21	1
Малий бізнес, в тому числі:	1998	1759	2022	316	290	333,0	24	263	17	43
до 1 року	843	1018	1171	102	129	148,0	328	153	46	19
1-5 років	739	398	457	136	115	132,0	-282	59	-4	17
більше 5 років	416	343	394	78	46	52,0	-22	51	-26	6
Мікро-бізнес, в тому числі:	2065	1823	2096	1616	2317	2665,0	31	273	1049	348
до 1 року	533	378	434	507	503	578,0	-99	56	71	75
1-5 років	1155	1075	1236	1022	1760	2024,0	81	161	1002	264
більше 5 років	377	370	425	87	54	62,0	48	55	-25	8

*Джерело: складено на основі [9]

Отже, дані табл. 7, показують, що суб'єкти МСБ як фізичні, так і юридичні особи у 2018-2020 роках використовували переважно короткострокове кредитування терміном до 1 року, зокрема:

1) у 2018 році – кредити до 1 року використовувало 53,0% юридичних осіб – підприємців, від 1 до 5 років – 36,0%, а у 2019 – 58,0% – до року та 33,91% – від 1 до 5 років, у 2020 – 57% – до року та 33,91% – від 1 до 5 років;

2) у 2018 році – кредити до 1 року використовувало 47,8% фізичних осіб – підприємців, від 1 до 5 років – 44,8% та більше 5 років – 7,4%, а от у 2019 – 44,5% – до року, 51,3% – від 1 до 5 років та 4,2% – більше 5 років, так у 2020 – 44,5% – до року, 51,3% – від 1 до 5 років та 4,2% – більше 5 років.

На основі даних табл.2.7 видно, що взаємодія малих підприємств та банків ускладнюється рядом економічних факторів, а саме: високі кредитні відсоткові ставки, недостатні суми та малі терміни кредитів, галузевий дисбаланс, відсутність комплексної підтримки з боку держави та ін. Ризики фінансування фізичних осіб оцінюються як вищі порівняно з великими компаніями, тому вартість кредитних ресурсів їм вища. Те саме стосується і термінів і сум надання позикових коштів: юридичних осіб з більшою ймовірністю отримає необхідне довгострокове фінансування. Умови договорів малих фірм є типовими, а наявного заставного забезпечення часто недостатньо.

Варто також, розглянути динаміку розмірів ставок кредитування суб'єктів МБ, що представлено в табл. 8

Таблиця 8

Аналіз розмірів ставок кредитування суб'єктів МБ в загальній структурі МСБ України за 2018-2020 роки

Table 8

Analysis of the size of lending rates of SB entities in the general structure of SMB of Ukraine for 2018-2020

Показники	2018	2019	2020	2018	2019	2020	Відхилення звітнього періоду (+,-) від базового			
	рік	рік	рік	рік	рік	рік	юр. особи		фіз. особи	
							2018	2019	2018	2019
Всього, з них:	19,9	16,9	13,4	24,2	26,2	23,1	-6,5	-3,5	-1,1	-3,1
у національній валюті	21,3	18,1	14,0	24,3	26,5	23,3	-7,3	-4,1	-1	-3,2
в іноземній валюті	7,4	6,5	4,9	8,5	9,0	8,0	-2,5	-1,6	-0,5	-1
Середній бізнес, в тому числі:	18,1	19,3	13,3	18,4	20,3	16,7	-4,8	-6	-1,7	-3,6
у національній валюті	18,9	20,7	14,4	18,7	20,6	17,0	-4,5	-6,3	-1,7	-3,6
в іноземній валюті	11,5	11,6	5,5	8,0	9,5	8,0	-6	-6,1	0	-1,5
Малий бізнес, в тому числі:	17,0	17,3	9,8	21,3	23,8	20,0	-7,2	-7,5	-1,3	-3,8
у національній валюті	18,7	18,7	10,1	21,4	24,2	20,1	-8,6	-8,6	-1,3	-4,1
в іноземній валюті	8,0	8,4	7,0	9,9	9,8	5,8	-1	-1,4	-4,1	-4
Мікро- бізнес, в тому числі:	30,0	64,5	89	23,3	76,7	70,1	59	24,5	46,8	-6,6
у національній валюті	31,3	65,9	97,1	23,1	77,6	70,6	65,8	31,2	47,5	-7
в іноземній валюті	10,2	22,3	22,7	9,3	17,7	22	12,5	0,4	12,7	4,3

*Джерело: складено на основі [9]

Згідно даних, представлених у табл. 8, бачимо досить високий рівень ставок як для середнього бізнесу, так і для МБ і мікро-бізнесу. Позитивним є зниження у порівнянні з 2018 роком ставок для юридичних осіб (з 19,9% до 13,4%), протилежні тенденції притаманні у відносинах кредитування фізичних осіб (24,2,0% та 26,2%), хоча у 2020 році він зменшився і становив 23,1%. Так довгострокові кредити знижувались в ціні в досить швидкими темпами за аналізований період ставка за ними знизилася на 2,5%. Зниження їх відбувалось за рахунок підтримки державою МБ (детальніше про це розглянемо в наступному розділі). Як бачимо з табл. 2.8 найвищі ставки кредитування в 2020 році були в суб'єктів мікро- бізнесу у національній валюті – 70,6% у 2020 році.

Для банківських організацій позитивні сторони кредитування МБ визначаються:

- 1) збільшенням доходів банків за рахунок одержуваних процентних платежів та участі у прибутку проектів;
- 2) можливостями сформувати та отримати більшого позичальника шляхом інтеграції МБ у єдину структуру ;

3) повноваженнями контролю над спрямованими до фонду кооперації кредитно-інвестиційними ресурсами, тобто зведення до мінімуму посередницьких функцій у рамках пропонованої інституційної структури.

На макро-та мезорівнях державного управління є можливим досягнення наступних цілей:

1) підтримка сектору МБ, що відповідає загальнодержавним інтересам щодо забезпечення сталого економічного зростання національної економіки;

2) реалізація пріоритетів галузевої економічної політики. Тобто шляхом підтримки МБ забезпечується поступовий та ефективний розвиток галузі, яка визначена державою як пріоритетна.

Таким чином, коопераційні об'єднання підприємств та банків можуть виступати одним із методів інтенсифікації кредитно-інвестиційної взаємодії економічних агентів, що вивчаються, які дозволять, з одного боку, розподілити та знизити ризики банківських організацій, а з іншого – збільшити приплив фінансових коштів у сектор МБ.

Тому можна виділити такі основні тенденції кредитування МБ в Україні:

1) зростання обсягів короткострокового кредитування на тлі просування скоригованого кредитування великими банками;

2) кредитування в першу чергу підприємств з швидким грошовим оборотом;

3) поступове зниження диверсифікації умов наданих кредитних продуктів;

4) завдяки новим програмам лояльності утримання діючих клієнтів;

5) наявність системи індикаторів, які можуть оцінити на мікрорівнях економічний ефект від підвищення рівня взаємної довіри між банками та малими підприємствами.

Хоча, банки зі свого боку здійснюють зміни в кредитуванні МБ, але за рахунок складності це викликає такі складності, а саме:

1) вищі ризики кредитування МБ у порівнянні з кредитним фінансуванням великих компаній;

2) обмежене коло банків, що займаються кредитуванням МБ, що зменшує для підприємців область вибору ними кредитних установ.

3) переважна більшість коротких термінів (6–18 міс.) видачі кредитів МБ. Тоді як, великі фірми мають можливість отримувати довгострокові інвестиційні

кредити для реалізації проектів з модернізації, розширення виробництва тощо;

4) недостатність у МБ необхідного обсягу заставного забезпечення. І це означає, що сума кредиту автоматично скорочується і дорівнює величині встановленої банком частці оцінки наявного заставного майна.

Отже, як бачимо на сьогоднішній день проблеми при взаємодії малих фірм і банків перешкоджають ефективному співробітництву економічних агентів, що розглядаються, і призводять до «замкнутого кола», в якому недостатність розвитку сектора МБ та його неефективність тягне за собою небажання банків кредитувати малий бізнес через високі кредитні ризики. Це, у свою чергу, не дозволяє сектору МБ наростити обсяг кредитів та отримати необхідні фінансові ресурси для розвитку, що посилює гостроту цих проблем. В результаті бар'єр між банками і МБ продовжує зростати, про що свідчить зниження обсягів кредитування малих підприємств, зростання проблемної заборгованості банків, збільшення числа банкрутств МБ тощо. Разом з цим відбувається наростання взаємної емпатії між банками та МБ. Банки розглядають роботу з малими фірмами, як клопітку і, як правило, яка породжує масу проблем у вигляді неповернення кредиту чи проблемної заборгованості. Для банку набагато простіше та ефективніше забезпечити кредитом одне велике підприємство, ніж обслуговувати кілька сотень малих.

Висновки. Дослідження економічної сутності МБ показало, що даний сегмент

суб'єктів бізнесу при створенні сприятливих умов господарювання здатний забезпечити соціально-економічне зростання в країні. Переваги МБ полягають у гнучкості, високих адаптивних здібностях до зміни ринкових кон'юнктура, оперативного відображення змін споживчих попитів, істотно полегшують територіальні і галузеві переливи робочих сил і капіталів. Кількість суб'єктів МБ створюють можливості при широкому розвитку конкуренції. Завдання МБ в економіці значні. Вони пов'язують економіку в єдине ціле, утворюють свого роду фундамент подальшого розвитку. В процесі дослідження виявлено труднощі ефективного функціонування МСБ та встановлено, що пріоритетним серед них є недостатнє фінансове забезпечення, обумовлене розбалансованістю фінансової інфраструктури та проблемами залучення суб'єктами МБ фінансово-кредитних ресурсів за посередництвом банківських і небанківських установ. У зв'язку з цим встановлено, що функціонування МБ в сучасних українських умовах неможливо без застосування систем кредитування.

Для підприємств МБ кредитування є практично єдиним способом залучення позикових коштів і, відповідно, підвищення ефективності виробництва. Представлено форми та методи кредитування МБ, а також перелік базових видів банківських продуктів та форм державної підтримки на кожному етапі життєвого циклу суб'єкта бізнесу. Визначено, що з точки зору банків, кредитування приносить левову частку виручки і є їх фундаментальною діяльністю, а кредитне обслуговування такого сегмента, як МСБ, – одна з ключових складових кредитного портфеля будь-якого комерційного банку. Крім того встановлено, що в Україні не функціонує система повноцінної державної підтримки, а також відсутній механізм гарантування позик, який би полегшив доступ до фінансування МСБ.

Разом з цим, процес кредитування завжди нерозривно пов'язаний з найрізноманітнішими видами ризиків. Тому методики, що застосовуються банками для оптимізації кредитних портфелів, повинні відповідати вимогам загальноекономічної ситуації і дозволяти банкам найефективніше формувати кредитну політику.

У банківській практиці не існує єдиної стандартизованої системи оцінки кредитоспроможності позичальника – суб'єкта МБ. Банками різних країн використовуються різні системи аналізу кредитоспроможності позичальника. Основні методики кредитування МСБ в Україні пов'язані з оцінкою фінансового стану суб'єкта, рівня його ділової активності та рівня його кредитоспроможності.

У сучасних українських умовах існує безліч факторів, що гальмують ефективне функціонування сектора МБ. Основним економічним гальмом є дисбаланс між фінансовими можливостями банків та потребами малих фірм у доступних кредитних ресурсах. Ключовим інституційним фактором є низький рівень взаємної довіри, який зумовлює двосторонню пасивність взаємовідносин та посилює також дію інші негативні фактори.

Малі та середні виробничі підприємства можуть виконувати різні функції у вирішенні проблем галузі промисловості в цілому. Однак на сьогоднішній день внесок бізнесу у розвиток вітчизняного промислового виробництва незначний:

- частка малих виробничих фірм в обороті та загалом МБ за період 2018–2020 років залишається незмінною і невеликою за величиною: вона складає $\approx 10\%$, у Європі – 20% ;

- частка зайнятих на малих промислових фірмах становить лише $9\text{--}10\%$ від загальної кількості зайнятих на МСБ;

Крім того, є низька ефективність діяльності МБ: недостатні показники рентабельності продажів, високий ступінь зносу основних фондів, нерозвинена інтеграція із великим бізнесом.

Взаємодія малих підприємств та банків ускладнюється також: високими кредитними відсотковими ставками, недостатніми сумами та малими термінами кредитів, галузевий дисбаланс, відсутність комплексної підтримки з боку держави та ін. Ризики фінансування малих фірм оцінюються як вищі порівняно з великими компаніями, тому вартість кредитних ресурсів їм вища. Те саме стосується і термінів і сум надання позикових коштів: великий бізнес з більшою ймовірністю отримує необхідне довгострокове фінансування. Умови договорів малих фірм є типовими, а наявного заставного забезпечення часто недостатньо.

Але, здійснивши аналіз бачимо, що бачимо частку кредитування МБ – фізичних осіб в загальному обсязі кредитування суб'єктів господарювання в Україні в 2019 року становила 35,6% проти 26,5% у 2018 році, що на 9,1% більше за попередній рік. Це може стверджувати про посилення кредитної політики на користь фізичних осіб-підприємців.

1. Akin G.G., Aysan A.F., Gollu G., Yildiran L. Interaction between payment services and credit services in credit card markets. *Regulation and Competition in the Turkish Banking and Financial Markets*. 2012. P. 163-175.
2. Antoniuk L., Britchenko I., Polishchuk Ye., Rudyk N., Sybirianska Y., Machashchik P. (2018). Code of ethics for SMEs: substantiating the necessity and willingness to implement in Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*. 2018. 16(3). P. 150-162.
3. Arefieva O., Tulchynska S., Popelo O., Arefiev S., Tkachenko T. The Economic Security System in the Conditions of the Powers Transformation. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*. 2021. 21(7). P. 35-42.
4. BenDor T.K., Guo T., Yates A.J. Optimal advanced credit releases in ecosystem service markets. *Environmental Management*. 2014. 53(3). P. 496-509.
5. Dubyna M., Zhavoronok A., Nitchenko K., Sadchykova I., Chiipesh N., Murashkovska I. Current Trends in the Development of the Credit Services Market of the European Union. *International Journal of Computer Science and Network Security*. 2021. 21(10). P. 59-66.
6. Ivashchenko A., Britchenko I., Dyba M., Polishchuk Ye., Sybirianska Yu., Vasylyshen Yu. Fintech platforms in SME's financing: EU experience and ways of their application in Ukraine. *Investment Management and Financial Innovations*. 2018. 15(3). P. 83-96.
7. Polishchuk Ye., Kornyliuk A., Lopashchuk I., Pinchuk A. SMEs debt financing in the EU: on the eve of the coronacrisis. *Banks and Bank Systems*. 2020. 15(3). P. 81-94.
8. Onikiienko S., Polishchuk Ye., Ivashchenko A., Kornyliuk A., Demchyshak N. Prior credit assessment of long-term SME projects with non-standard cash flows. *Banks and Bank Systems*. 2021. 16(2). P. 148-158.
9. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua> (дата звернення 10.04.2022)
10. Volosovich S., Krivosheeva V. Self-regulation of the credit services market for individuals. *Economic Annals-XXI*. 2016. 158(3-4). P. 79-82.

References

1. Akin, G.G., Aysan, A.F., Gollu, G., and L.Yildiran. "Interaction between payment services and credit services in credit card markets." *Regulation and Competition in the Turkish Banking and Financial Markets*, 2012, pp.163-175.
2. Antoniuk, L., Britchenko, I., Polishchuk, Ye., Rudyk, N., Sybirianska, Y., and P.Machashchik. "Code of ethics for SMEs: substantiating the necessity and willingness to implement in Ukraine." *Problems and Perspectives in Management*, 16(3), 2018, pp.150-162.
3. Arefieva, O., Tulchynska, S., Popelo, O., Arefiev, S., and T. Tkachenko. "The Economic Security System in the Conditions of the Powers Transformation." *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, no.21(7), 2021, 35-42.
4. BenDor, T.K., Guo, T., and A.J. Yates. "Optimal advanced credit releases in ecosystem service markets." *Environmental Management*, no.53(3), 2014, pp.496-509.
5. Dubyna, M., Zhavoronok, A. Nitchenko, K., Sadchykova, I., Chiipesh, N., & Murashkovska, I. "Current Trends in the Development of the Credit Services Market of the European Union." *International Journal of Computer Science and Network Security*, no. 21(10), 2021, pp. 59-66.
6. Ivashchenko, A., Britchenko, I., Dyba, M., Polishchuk, Ye., Sybirianska, Yu., and Yu.Vasylyshen. "Fintech platforms in SME's financing: EU experience and ways of their application in Ukraine." *Investment Management and Financial Innovations*, no.15(3), 2018, pp.83-96.

7. Polishchuk, Ye., Kornyluk, A., Lopashchuk, I., and A. Pinchuk. "SMEs debt financing in the EU: on the eve of the coronacrisis." *Banks and Bank Systems*, no.15(3), 2020, pp. 81-94.
8. Onikiienko, S., Polishchuk, Ye., Ivashchenko, A., Kornyluk, A., and N. Demchyshak. "Prior credit assessment of long-term SME projects with non-standard cash flows." *Banks and Bank Systems*, no.16(2), 2021, pp. 148-158.
9. The official site of the National Bank of Ukraine, bank.gov.ua. Accessed 10 Apr. 2022
10. Volosovich, S., and V. Krivosheeva. "Self-regulation of the credit services market for individuals." *Economic Annals-XXI*, no.158(3-4), 2016, pp.79-82.

УДК 658.152: 330.341.1

doi: 10.15330/apred.2.18.177-184

Бондарчук Н.В.

ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ВЕНЧУРНОГО ФІНАНСУВАННЯ В УКРАЇНІ

Дніпровський державний аграрно-економічний
університет,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра менеджменту, публічного управління
та адміністрування,
вул. С. Єфремова, 25, м. Дніпро,
49600, Україна,
тел.: 0567135157,
e-mail: bondarchuk-nv@ukr.net,
ORSID ID: 0000-0002-0418-5239

Анотація. У статті окреслено основні проблеми функціонування механізму венчурного фінансування в Україні. Метою статті є виявлення проблемних аспектів щодо функціонування венчурного фінансування в Україні та визначення основних заходів щодо їх усунення.

Методи дослідження, використані у процесі написання статті, передбачають застосування загальнонаукових та емпіричних прийомів економічної науки, що ґрунтуються на системному підході.

У статті з'ясовано сутність та роль венчурного капіталу як ефективного джерела фінансування інноваційних процесів. Констатовано, що венчурний капітал є ефективною формою фінансування та підтримки інноваційної діяльності підприємств. Але пропри ефективність даної форми фінансування існує ряд проблем, які гальмують його функціонування в Україні. Серед яких окреслено наступні: політична та економічна криза, недосконалість законодавчої бази, нерозвиненість інноваційної інфраструктури, відсутність доступних джерел фінансування, низька бізнес-культура, недостатній рівень венчурної освіти, відсутність інноваційної та інвестиційної активності у багатьох вітчизняних підприємств.

Зазначено, що основа організації венчурного фінансування полягає у виділенні фаз життєвого циклу підприємства або товару. На кожній стадії реалізації інноваційної стратегії слід розробляти власну, особливу стратегію, яка буде спрямована на зниження ризику та пошуку відповідних ефективних джерел фінансування.

Існуючі проблеми слід вирішувати шляхом реалізації таких основних заходів: активне державне втручання у розвиток венчурного ринку; розробка цільових державних програм з підтримки та стимулювання діяльності бізнес-ангелів; створення правової основи венчурної діяльності; забезпечення фінансової підтримки цільових грантів, а також податкових пільг для бізнес-ангелів; зниження відсоткових ставок у банках на розвиток малих інноваційних підприємств; створення регіональних мереж бізнес-ангелів та розширення спектру послуг; державне стимулювання розвитку асоціацій бізнес-ангелів; підвищення ролі освіти у сфері венчурної діяльності шляхом навчання фахівців у навчальних закладах; використання

іноземного досвіду з ведення венчурного бізнесу; виховання венчурної культури серед підприємців.

Ключові слова: венчурний капітал, венчурне фінансування, інноваційна діяльність, венчурний фонд

Bondarchuk N.V.

PROBLEMS OF FUNCTIONING OF THE VENTURE FINANCING MECHANISM IN UKRAINE

Dnipro State Agrarian and Economic University
Ministry Of Education and Science of Ukraine
Department of Management and Public
Administration
S. Efremova str., 25, Dnipro,
49600, Ukraine,
tel.: 0567135157,
e-mail: bondarchuk-nv@ukr.net,
ORSID ID: 0000-0002-0418-5239

Abstract. The article is devoted to outlining the main problems of the venture financing mechanism in Ukraine. The purpose of the article is to identify problematic aspects of the functioning of venture financing in Ukraine and identify key measures to eliminate them. The research methods used in the process of writing the article involve the use of general scientific and empirical techniques of economics, based on a systematic approach. The article clarifies the essence and role of venture capital as a source of funding for innovation processes. It is stated that venture capital is an effective form of financing and supporting innovation activities of enterprises. However, despite the effectiveness of this form of financing, there are a number of problems that hinder the effective functioning of the venture financing mechanism in Ukraine. Among them are the following: political and economic crisis, imperfect legal framework, underdeveloped innovation infrastructure, lack of available sources of funding, low business culture, insufficient level of venture education, lack of innovation and investment activity in many domestic enterprises.

It is noted that the basis of the organization of venture financing is to highlight the phases of the life cycle of the enterprise or product. At each stage of the innovation strategy implementation, it is necessary to develop its own, special strategy, which will be aimed at reducing risk and finding appropriate effective sources of funding.

Existing problems should be solved by implementing the following main measures: active government intervention in the development of the venture market; development of targeted state programs to support and stimulate the activities of business angels; creation of a legal basis for venture activity; providing financial support for targeted grants, as well as tax benefits for business angels; reduction of interest rates in banks for the development of small innovative enterprises; creation of regional networks of business angels and expansion of the range of services; state stimulation of the development of business angel associations; increasing the role of education in the field of venture capital by training specialists in educational institutions; use of foreign experience in conducting venture business; education of venture culture among entrepreneurs.

Keywords: venture capital, venture financing, innovation, venture fund

Вступ. Ефективно побудований механізм фінансування високих технологій у сучасному світі, який заснований на економіці знань, відіграє одну з ключових ролей у глобальних перегонах за світове лідерство. В даний час використовують різні фінансові джерела, які залучаються для реалізації інноваційних проєктів. Проте проєкти, пов'язані з впровадженням високих технологій характеризуються значним ступенем витратності та ризику. У зв'язку з цим все більша увага приділяється питанню пошуку оптимальних, і водночас більш ефективних, з позиції реалізації на практиці, механізмів

та методів фінансування високих технологій, одним з яких і є венчурне фінансування. Венчурне фінансування передбачає вкладання фінансових ресурсів у ризикові інноваційні проекти, при розробці та впровадженні яких інвестор та підприємець вступають у ділові відносини, яким характерний високий ступінь ризикованості.

У перекладі з англійської «venture» – ризикований, авантюрний. Цей вид фінансування зазвичай надається малим та середнім підприємствам (венчурний бізнес) без застави та поруки. Венчурний бізнес пов'язаний із спробою знайти нові споживчі уподобання, нові технології та бізнес-моделі. Саме тому основною проблемою венчурного бізнесу є його підвищений ризик.

Дослідження теоретичних та практичних аспектів венчурного фінансування інноваційного розвитку посідає провідне місце в роботах як зарубіжних, так і вітчизняних вчених, таких як Й. Шумпетер, М.І. Долішній, Т.М. Куценко, В.Г. Бодров. Віддаючи належне напрацюванням та розробкам вчених щодо висвітлення теоретичних та практичних досліджень, пов'язаних зі станом та розвитком венчурного фінансування у світі, слід зазначити, що складність та багатоплановість цих питань потребує більш глибокого дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення проблемних аспектів щодо функціонування венчурного фінансування в Україні. Методи дослідження, використані у процесі написання статті, передбачають застосування загальнонаукових та емпіричних прийомів економічної науки, що ґрунтуються на системному підході.

Результати. Венчурний капітал є ефективною формою фінансування та підтримки інноваційної діяльності. Головна мета венчурного фінансування зводиться до того, що грошові капітали одних підприємців та інтелектуальні можливості інших об'єднуються у реальному секторі економіки з метою отримання прибутку всіма зацікавленими особами.

Згідно із визначенням Європейської асоціації прямого та венчурного інвестування (European Private Equity & Venture Capital Association – EVCA), венчурне фінансування – це акціонерний капітал, який надається професійними фірмами, що інвестують, одночасно беручи участь в управлінні, у приватні підприємства, які демонструють значний потенціал зростання, на фазах їх початкового розвитку, розширення та перетворення [3].

В Україні, як і в багатьох країнах світу з метою фінансування інноваційних розробок створюють венчурні фонди. Правовою базою функціонування вітчизняних венчурних фондів є Закон України «Про інститути спільного інвестування», відповідно до якого, венчурний фонд являє собою недиверсифікований інститут спільного інвестування закритого типу, який здійснює виключно приватне розміщення цінних паперів інституту спільного інвестування серед юридичних та фізичних осіб [8].

Проте практика функціонування венчурного механізму в Україні не знайшла широкого розповсюдження, незважаючи на всі його переваги. Існує ряд проблем, які на наш погляд гальмують ефективне функціонування механізму венчурного фінансування в Україні.

1. Політична, економічна криза, військові дії. Наслідки політичної та економічної кризи, які вразили країну у 2014 році завдали значної шкоди, але одночасно розпочали системні зміни у державному та приватному секторах економіки. Але на жаль повномасштабне вторгнення пригальмувало процес венчурного фінансування в Україні на невизначений час.

2. Недосконалість законодавчої бази. В Україні відсутній окремий закон чи положення, яке було б присвячено венчурному капіталу та механізмам його функціонування, тобто де-факто венчурний капітал існує, а де-юре – ні. Запропонований проект Закону України «Про венчурну діяльність в інноваційній

сфері» так і не було прийнято. Як наслідок, відсутність адекватної законодавчої бази у сфері венчурного капіталу створює безліч перешкод для його використання. Позицію українського уряду характеризує певна пасивність з огляду на те, що законодавче регулювання венчурного бізнесу перебуває на початковій стадії становлення. Діяльність держави обмежується лише контролем звітності фондів [5].

Окрім того, суттєвою перешкодою, пов'язаною із недосконалістю законодавчої бази, виступає неможливість використання венчурними інвесторами податкових пільг, які широко використовуються у закордонній практиці та виступають додатковими стимулами до функціонування механізму венчурного фінансування.

3. Нерозвиненість інноваційної інфраструктури. З метою вирішення даної проблеми можна скористатися досвідом США, Великобританії, Німеччини та інших країн, які мають розвинену інфраструктуру та яка сприяє ефективній роботі ринків венчурного капіталу. Які відомо, до основних складових інноваційної інфраструктури відносять наукові, технологічні парки, технополіси, бізнес-інкубатори та їх асоціації; різні консалтингові фірми з маркетингу наукомісткої продукції, з навчання, з управління проектами, фінансового планування, захисту та управління інтелектуальною власністю тощо; сукупність установ з підготовки, підвищення кваліфікації, перепідготовки кадрів для венчурної промисловості; страхові організації, які пов'язані із венчурним бізнесом та інші. Саме держава має забезпечити підтримку вищезгаданих складових інноваційної інфраструктури.

Технопарки є формою територіальної інтеграції науки, освіти та виробництва у вигляді об'єднання науково-дослідних організацій, ділових центрів, навчальних закладів, виробничих підприємств чи їх підрозділів. Технопарк створюється з метою прискорення розробки та практичного використання науково-технічних досягнень, завдяки зосередженню висококваліфікованих фахівців, використанню оснащеної виробничої, експериментальної, інформаційної бази.

З метою досягнення синергетичного ефекту технопарк повинен відповідати таким вимогам: надавати податкові та митні пільги для інноваційних компаній; тримати зв'язок із вищими навчальними закладами, науковими організаціями та центрами із підготовки кваліфікованого персоналу; тримати зв'язок із промисловими компаніями; надавати консалтингові, юридичні, бухгалтерські послуги на пільгових умовах.

4. Венчурний капітал здатний стати каталізатором інноваційного розвитку Україні лише за умови використання вітчизняних джерел. В Україні потенційними джерелами венчурного капіталу мають стати вільні фінансові ресурси великих компаній, недержавних пенсійних фондів, страхових компаній. Структура джерел венчурного капіталу в різних країнах має свої характерні особливості, що пояснюється особливостями законодавчого регулювання та практикою, яка склалася в даній сфері.

Розглянемо можливі джерела фінансування, які можуть сприяти збільшенню частки вітчизняного капіталу. Одним із найважливіших джерел венчурного інвестування залишаються державні кошти, які мають скласти основу національної системи венчурного інвестування. Наприклад, створення гарантійних фондів, які дозволять знизити ризик фінансування венчурними фондами інноваційних проектів та за рахунок цього підвищити зацікавленість інвесторів у вкладенні коштів у більш ранні етапи розвитку венчурної компанії. Таким чином гарантований фонд гратиме роль своєрідної «подушки безпеки» для венчурних інвесторів.

Як приклад використання державної підтримки у розвитку венчурного бізнесу можна розглянути досвід розвинених країн. Так, наприклад, у Японії венчурний бізнес зародився з ініціативи держави: перші три Фірми були створені в 1963 р. Міністерством міжнародної торгівлі та промисловості за рахунок коштів уряду, префектур та банків.

У 1975 р. Міністерством міжнародної торгівлі та промисловості було створено Центр венчурного підприємництва, який відіграє велику роль у розвитку венчурного бізнесу у країні.

В Україні з метою створення та підтримки сприятливого інвестиційного бізнес-клімату була створена Українська Асоціація венчурного та приватного капіталу. Дана асоціація створена з метою поширення інформації про можливості інвестування в Україні та багатовекторної підтримки інвесторів у всіх аспектах діяльності – починаючи із інформаційної підтримки до встановлення міжнародних контактів та зв'язку із урядом.

Крім можливості використання державних джерел венчурного капіталу розглянемо таке традиційне джерело коштів, як кредитні установи та, насамперед, банки, які є важливими учасниками венчурного інвестування у світовій практиці. Однак в Україні венчурна діяльність не становить особливого інтересу для комерційних банків. Можна виділити кілька основних причин, які пояснюють ситуацію:

- наявність великих кредитних ризиків. Банк є комерційною організацією, яка відповідає за безпеку і дохідність довірених йому клієнтами коштів. Тому їх розміщення здійснюється за умови мінімального ризику повернення коштів, що забезпечується суворим дотриманням принципів кредитування – терміновість, повернення, платність, забезпеченість. З цієї позиції комерційні банки не залучаються до кредитування венчурної діяльності, оскільки це вимагає «довгих грошей» за невизначеності результату;

- обмеженість ресурсної бази банку. Важливою причиною низької кредитної активності банку відповідно до потреб ринку є відсутність довгострокових залучених ресурсів, що пов'язано, насамперед, з низьким рівнем довіри до комерційного банку та держави з боку кредиторів та вкладників;

- наявність інших, менш ризикованих джерел формування доходів: валютообмінних, розрахункових операцій, операцій на ринку корпоративних та державних цінних паперів.

Можливим виходом із ситуації, яка склалася, може бути створення спеціалізованих банків, які будуть мати інноваційну спрямованість. Безумовно, здійснити це можливо лише за наявності підтримки з боку держави.

Наступним потенційним джерелом венчурного капіталу можуть стати пенсійні фонди. Вони виступають найбільшим джерелом венчурного капіталу у багатьох країнах. Так, наприклад, у США після ухвалення поправок до законодавства, які дозволили пенсійним фондам використовувати до 5% активів на венчурне фінансування, пенсійні фонди перетворилися на одного з найактивніших учасників на ринку венчурного капіталу.

І, завершуючи перелік перспективних джерел венчурного капіталу, зупинимося на можливості використання заощаджень населення. Існує очевидний взаємозв'язок між обсягом заощаджень населення та обсягом інвестицій в економіку, у т. ч. у венчурну сферу. Так, у США, Великій Британії, Німеччині та інших країнах приватні інвестори відіграють важливу роль, незважаючи на невелику питому вагу (1,5–5 % від загального обсягу венчурної промисловості). Дані інвестори часто вкладають у високо ризиковані проекти. В Україні, враховуючи воєнний стан, заощадження населення поки що не можуть виступати повноцінним джерелом формування венчурного капіталу.

6. Недосконалість інституту захисту інтелектуальної власності та відсутність розвиненої системи комерціалізації. Так Н. Бочарова зазначає, що порушення прав інтелектуальної власності не тільки впливає на розвиток міжнародної торгівлі та стабільність національних економік, але й гальмує інновації, знижує рівень зайнятості,

скорочує податкові надходження [1]. Важливим напрямом покращення є розвиток страхування інтелектуальної власності та приведення цієї галузі у відповідність до світових стандартів.

7. Брак висококваліфікованих фахівців у сфері венчурного підприємництва. Негативно на розвиток венчурного бізнесу в Україні впливає також брак фахівців, які б володіли теоретичними та практичними знаннями щодо оцінки інноваційних проєктів та сприяли знаходженню ефективних джерел фінансування на початковій стадії розвитку інноваційних проєктів [7].

Слід зазначити, що основа організації венчурного фінансування полягає у виділенні фаз життєвого циклу або підприємства, або її товару. Загальноприйнятими у зарубіжній практиці венчурного бізнесу є такі стадії розвитку підприємства [2].

- Seed («Фаза розробки», «Посівна стадія»);
- Start-up («Старт-ап», «Стартова фаза»);
- Early stage, Early growth, («Раннє зростання»);
- Expansion («Розширення»);
- Exit («Вихід», «Фаза ліквідності»)

Венчурне фінансування проєктів у галузі високих технологій відбувається в основному на стадіях Start-up («Старт-ап», «Стартова фаза»), Early stage (Early growth, «Раннє зростання»). Маючи унікальну специфіку, венчурні проєкти у сфері високих технологій диктують також особливий підхід до їх фінансування, оскільки на етапі не існуючої технології, а лише ідеї, складно оцінити майбутній потенціал проєкту, спланувати реакцію як споживачів, так і конкурентів на продукт з якісно новими характеристиками, а також обсяг не існуючого ринку збуту.

Нестача фінансових інструментів на ранньому етапі фінансування високих технологій також визначає специфіку його фінансування. На ринку багато гравців, які заявляють про готовність вкладати кошти у високотехнологічні проєкти. Але мало хто готовий взяти на себе високі ризики проєктів на ранніх стадіях. Ресурси бізнес-ангелів, настільки популярних у країнах, багатьом стартапам практично недоступні.

Отже, на кожній стадії реалізації інноваційної стратегії слід розробляти власну, особливу стратегію, яка буде спрямована на зниження ризику та пошуку відповідних ефективних джерел фінансування. Зокрема, на ранніх стадіях розробки інновації потрібна активна інвестиційна стратегія та підтримка, яка передбачає не лише наявність особливих джерел фінансування, а й вкладення у майбутній інноваційний продукт досвіду, знань у галузі менеджменту та побудови бізнес-моделей. Для пізніших стадій реалізації інновацій підходять пасивні інвестиційні стратегії, які дозволяють інноваційним компаніям-розробникам капіталізуватися.

Окрім того, успіх інноваційної діяльності багато в чому залежить від ефективності інститутів підтримки. У сучасній вітчизняній та зарубіжній практиці існують різноманітні інститути інфраструктури, які спрямовані на підтримку інноваційної діяльності. Однак вони не становлять єдиної комплексної структури і часто функціонують неефективно. Вирішення цієї проблеми потребує впровадження такої оптимальної системи, яка б надавала відповідну підтримку на кожному етапі інноваційного процесу. Інфраструктуру підтримки складають суб'єкти венчурного бізнесу, які сприяють здійсненню інноваційної діяльності та забезпечують сприятливі умови для надання послуг із створення та реалізації венчурних проєктів.

Одним із учасників процесу венчурного фінансування має стати державно-приватне фінансування, яке організовується в рамках спеціальних державних програм, та за участю бізнес-ангелів.

Існуючі проблеми необхідно вирішувати, насамперед, за допомогою держави, яка має вжити низку наступних заходів:

- активне державне втручання щодо розвитку венчурного ринку;
- розробка цільових державних програм з підтримки та стимулювання діяльності бізнес-ангелів;
- удосконалення правової основи венчурної діяльності;
- забезпечення фінансової підтримки цільових грантів, а також податкових пільг для бізнес-ангелів;
- зниження відсоткових ставок у банках на розвиток малих інноваційних підприємств;
- створення регіональних мереж бізнес-ангелів та розширення спектру їх послуг;
- державне стимулювання розвитку асоціацій бізнес-ангелів;
- підвищення освіти у сфері венчурної діяльності шляхом навчання фахівців у навчальних закладах;
- використання закордонного досвіду з ведення венчурного бізнесу;
- виховання венчурної культури серед підприємців.

Висновки. Таким чином, дослідивши проблеми венчурного фінансування інновацій в Україні, можна зробити такі висновки. Венчурний ринок в Україні знаходиться довготривалий час на стадії розвитку. Про це свідчить низька культура, недостатній рівень венчурної освіти, незадовільний інвестиційний клімат, низька інвестиційна активність, недостатньо розвинена конкуренція, роз'єднаність ринку.

Спостерігається незначна інноваційна активність бізнесу. Це пов'язано із наявністю невеликої кількості підприємців та інноваційних проектів, в які можуть інвестувати венчурні фонди. Така ситуація склалася внаслідок слабого розвитку системи залучення у господарський оборот результатів інтелектуальної діяльності, низький попит на них з боку промислових підприємств.

Окрім того існують проблеми в освіті та науці, які гальмують розвиток інноваційної діяльності.

Подолання зазначених проблем венчурного фінансування потребує комплексного підходу та врахування вже існуючого багатогранного досвіду країн із розвиненим ринком венчурного капіталу. Зазначимо, що всі окреслені проблеми неможливо вирішити без активної участі держави, яка має вжити низку наступних заходів: активне державне втручання щодо розвитку венчурного ринку; розробка цільових державних програм з підтримки та стимулювання діяльності бізнес-ангелів; удосконалення правової основи венчурної діяльності; забезпечення фінансової підтримки цільових грантів, а також податкових пільг для бізнес-ангелів; зниження відсоткових ставок у банках на розвиток малих інноваційних підприємств, підвищення освіти у сфері венчурної діяльності шляхом навчання фахівців у навчальних закладах тощо. Необхідно також організувати фінансування за допомогою державно-приватного фінансування, яке організовується в рамках спеціальних державних програм та за участю бізнес-ангелів.

1. Бочарова Н.В. Методологічні засади боротьби світової спільноти з інтелектуальним піратством і контрафакцією. *Актуальні проблеми держави і права*. 2014. №72. С. 424–428.
2. Гарбар Ж.В., Гарбар В.А. Венчурний капітал у контексті фінансування інноваційної діяльності. *Агросвіт*. 2019. № 19. С. 3-11.
3. Деревянко Б. В., Счастливец Р. Нормативно-правове регулювання діяльності венчурних фондів. *Підприємництво, господарство і право*. 2017. № 1. С. 59-64. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/50248> (дата звернення: 01.06.2022).
4. Захарченко Н.В., Склярів Д.Ю., Михайлова Д.С. Проблеми та перспективи венчурного інвестування. DOI: 10.18524/2413-9998/2020.3(46).214232
5. Петрашевська А.Д., Пенкова К.І. Світовий досвід венчурного фінансування підприємств телекомунікаційної сфери в умовах розвитку цифрової економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 23. Ч. 2. С. 65-71

6. Про інститути спільного інвестування: Закон України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5080-17#Text> (дата звернення: 01.06.2022).
7. Рябоволик Т.Ф., Стратан В.В. Проблеми та перспективи розвитку венчурного бізнесу в Україні. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету*. 2018. Вип. 33. С.43-50
8. Яремик М.М. Проблеми венчурного фінансування в Україні. *Стратегічні орієнтири*. URL:<http://libfor.com/index.php?newsid=2887> (дата звернення: 02.06.2022).

References

1. Bocharova, N.V. “Methodological principles of the world community's struggle against intellectual piracy and counterfeiting.” *Aktualny problemi derzhavy i prava*, no.72, 2014, 424–428.
2. Garbar, J.V., and V.A.Garbar. “Venture capital in the context of financing innovation.” *Agrosvit*, no. 19, 2019, pp. 3–11.
3. Derevyanko, B.V, and R. Schastlivtseva. “Regulatory regulation of venture funds.” *Pidpriemnictvo, gospodarstvo i pravo*, no. 1, 2017, pp. 59–64, essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/50248. Accessed in 01 June 2022.
4. Zakharchenko, N.V, Sklyarov, D.Yu., and D.S. Mikhailova. “ Problems and prospects of venture capital.” doi: 10.18524/ 2413-9998 / 2020.3 (46) .214232.
5. Petrashevskaya, A.D, and K.I. Penkova. “World experience of venture financing of telecommunication enterprises in the conditions of digital economy development.” *Naukovij visnik Uzhhorodskogo Nationalnogo University*, vol. 23, 2019, ch. 2, pp. 65-71.
6. On mutual investment institutions: Law of Ukraine. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/5080-17#Text (access in 01.06.2022).
7. Ryabovolik, T.F, and V.V.Stratan. “Problems and prospects of venture business development in Ukraine.” *Naukovi praci Kirovohradskogo Nationalnogo Technichnogo University*, vol. 33, 2018, pp.43-50 .
8. Yaremik, M.M. “ Problems of venture financing in Ukraine.” *Strategic guidelines*, libfor.com/index.php?newsid=2887 (access in 02.06.2022).

УДК 33:631.1

doi: 10.15330/apred.2.18.184-193

Левандівський О.Т.¹, Криховецька З.М.², Мацьків В.В.³

РИНОК ЦІННИХ ПАПЕРІВ У ФІНАНСОВОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ГРОШОВО-КРЕДИТНИХ ВІДНОСИН

Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра фінансів,
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,
76018, Україна,
¹тел.: 0342752351,
e-mail: omelyant@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0002-5819-8377

²тел.: 0342752351,
e-mail: zoriana.krykhovetska@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-0028-1960

³тел.: 0342752351,
e-mail: volodymyr.matskiv@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0003-3031-7060

Анотація. У статті розглянуто сучасний стан ринку цінних паперів в межах фінансового забезпечення грошово-кредитних відносин. Визначено основні важелі підтримки вітчизняного ринку цінних паперів. Акцентовано увагу на подальший розвиток грошово-кредитних відносин

шляхом використання цінних паперів як інструментів для залучення інвестицій щодо відновлення зруйнованої інфраструктури країни. Наголошується, що подальший розвиток ринку цінних паперів залежить від розвитку економічного потенціалу країни.

Проаналізовано нормативно-правові акти. Розглянуто підходи щодо обігу цінних паперів. Розкрито вплив диджиталізації на появу інноваційних фінансових інструментів. Наголошується, що обіг банківських депозитних сертифікатів сприятиме розвитку ринку цінних паперів та грошово-кредитних відносин. Випуск інфраструктурних облігацій та емісія зелених облігацій сприятимуть підтримці екологізації країни.

Проведено огляд інноваційних фінансових інструментів окремих країн. Розглянуто особливості функціонування ринку цінних паперів за межами країни, показано використання альтернативних фінансових інструментів провідних країн світу. Окреслено механізм проектного фінансування з огляду на появу альтернативних фінансових інструментів. Обґрунтовано напрями застосування механізму проектного фінансування в національній економіці.

На основі досвіду провідних країн світу визначено пріоритети розвитку ринку цінних паперів з урахуванням специфіки функціонування грошово-кредитної системи та економіки України в цілому. Акцентується увага на ліквідності сучасних фінансових інструментів. Пропонується запровадити низку податкових пільг, що пов'язані з обігом окремих фінансових інструментів. Наголошується на необхідності створення інструментарію гарантії захисту іноземних інвестицій.

З огляду на досвід держав світу з організації та використання альтернативних фінансових інструментів залучення коштів в різні сектори економіки свідчить, що їх ефективно застосування можливе у разі вироблення і впровадження єдиної цілісної державної політики, гармонізованої з міжнародним законодавством, яка враховуватиме кращі практики провідних країн світу та особливості національних умов.

Ключові слова: ринок цінних паперів, грошово-кредитні відносини фінансові інструменти, депозитні сертифікати, зелені облігації, інфраструктурні облігації, проектне фінансування, військові облігації.

Levandivskiy O.T.¹, Krykhovetska Z.M.², Matskiv V.V.³

SECURITIES MARKET IN FINANCIAL SUPPORT OF MONETARY RELATIONS¹

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of finance,
Shevchenko str., 57, Ivano-Frankivsk,
76018, Ukraine,
tel.: 0342752391,
e-mail: omelyant@ukr.net,
ORCID ID : 0000-0002-5819-8377

tel.: 0342752391,
e-mail: zoriana.krykhovetska@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-0028-1960

³ tel.: 0342752351,
e-mail: volodymyr.matskiv@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0003-3031-7060

Abstract. The article considers the current state of the securities market within the financial support of monetary relations. The main levers of support for the domestic securities market have been identified. Emphasis is placed on the further development of monetary relations through the use of securities as tools to attract investment to restore the destroyed infrastructure of the country. It is

emphasized that the further development of the securities market depends on the development of the country's economic potential.

Regulations are analyzed. Approaches to securities circulation are considered. The influence of digitalization on the emergence of innovative financial instruments is revealed. It is emphasized that the circulation of bank certificates of deposit will promote the development of the securities market and monetary relations. The issuance of infrastructure bonds and the issuance of green bonds will help support the country's greening.

A review of innovative financial instruments of individual countries. The peculiarities of the functioning of the securities market outside the country are considered, the use of alternative financial instruments of the world's leading countries is shown. The mechanism of project financing is outlined in view of the emergence of alternative financial instruments. The directions of application of the mechanism of project financing in the national economy are substantiated.

Based on the experience of the world's leading countries, the priorities of the securities market development have been identified, taking into account the specifics of the functioning of the monetary system and the economy of Ukraine as a whole. Emphasis is placed on the liquidity of modern financial instruments. It is proposed to introduce a number of tax benefits related to the circulation of certain financial instruments. Emphasis is placed on the need to create tools to guarantee the protection of foreign investment.

Given the experience of countries around the world in organizing and using alternative financial instruments to raise funds in various sectors of the economy shows that their effective application is possible in the development and implementation of a single integrated state policy harmonized with international law, taking into account best practices national conditions.

Key words: securities market, monetary relations, financial instruments, certificates of deposit, green bonds, infrastructure bonds, project financing, military bonds.

Вступ. Основним рушієм ефективного функціонування грошово-кредитної системи країни є стійкий розвиток ринку цінних паперів, який забезпечує механізм накопичення та розміщення заощаджень у національній економіці. Ринок цінних паперів виступає індикатором рівня розвитку грошово-кредитної системи, розкриваючи наявні проблемні сторони та можливі перспективні напрямки його стабільного розвитку в нових економічних реаліях. Пріоритети розвитку ринку цінних паперів в Україні визначаються рівнем розвитку та ефективності фінансово-кредитних установ, діяльність яких спрямована на забезпечення стабільності та збалансованості грошово-кредитної системи країни. Нестабільність грошово-кредитних відносин в сучасних умовах господарювання, насамперед, пов'язана з повномасштабним військовим вторгненням російського агресора в Україну. Органи влади шукають нові раціональні підходи до формування та вдосконалення державно-фінансової та грошово-кредитної політики, яка значною мірою залежить від інфраструктури ринку цінних паперів. При цьому велика увага приділяється структурі джерел фінансового забезпечення післявоєнної відбудови економіки України, активізації фіскального та грошово-кредитного інструментарію, відновлення інвестиційних процесів у країні. Сучасний рівень розвитку ринку цінних паперів України та його сегментів надзвичайно складний і важко передбачуваний, але цей період є найбільш сприятливим для впровадження нових інструментів та моделей управління грошово-кредитною системою.

Значні досягнення у розкритті теоретичних основ і практичних аспектів розвитку та функціонування ринку цінних паперів висвітлено в працях таких вчених, як Баранова В.Г. [1], Внукова Н.М. [2], Йоргачова М.І. [3], Коваленко Ю.М. [4], Татарін Н.Б. [5], Шишпанова Н.О. [6], Школьник І.О. [7] та ін. Слід зазначити, що вивчення низки практичних питань функціонування та перспектив розвитку ринку цінних паперів не є вичерпним і потребує подальших досліджень з питань воєнного стану.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз сучасного стану ринку цінних паперів у фінансовому забезпеченні грошово-кредитних відносин та обґрунтування

стратегічних пріоритетів підвищення його ефективності на найближчу перспективу з урахуванням передового зарубіжного досвіду. У роботі використані такі методи, як аналіз і синтез, узагальнення та наукова абстракція.

Результати. В умовах війни для нашої країни подальший розвиток ринку цінних паперів стає пріоритетом для появи потужного джерела інвестиційних коштів щодо відновлення зруйнованої інфраструктури, промислових об'єктів та подальшого розвитку всіх галузей України з урахуванням світові тенденції. Необхідність підтримки грошово-кредитної системи країни вимагає широкого використання різноманітних видів цінних паперів як ефективних фінансових інструментів залучення інвестиційного капіталу. Тому наразі важливо створити сприятливі умови для появи та впровадження нових фінансових інструментів у різних галузях економіки.

Враховуючи внесення до Закону України «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки», зокрема у редакції Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо сприяння залученню інвестицій та запровадженню нових фінансових інструментів» №738-IX, який набув чинності від 19 червня 2020 р. [8], передбачає розширення можливостей інвестування в більш широкий спектр фінансових інструментів за рахунок:

1) впровадження нових видів цінних паперів (банківських депозитних сертифікатів, інфраструктурних та «зелених» облігацій);

2) регулювання функціонування ринків похідних фінансових інструментів, зокрема: запровадження регулювання випуску та обігу похідних цінних паперів (опціонних сертифікатів, фондових варантів, кредитних нот, депозитарних розписок);

3) запровадження врегулювання питань, пов'язаних із укладенням та виконанням похідних контрактів – опціонів, свопів, ф'ючерсів і форвардів, кредитних дефолтних свопів, свопціонів, ф'ючерсів на своп, форвардів на своп, контрактів на різницю цін, контрактів на майбутню відсоткову ставку.

Відповідно до закону, на ринку цінних паперів з'явиться новий фінансовий інструмент – депозитний сертифікат, який банки видають вкладникам. Це нова форма вкладу у вигляді іменного цінного паперу, який підтверджує суму вимоги до банку, що дорівнює номінальній вартості відповідного сертифіката, і права власника сертифіката на одержання після спливу встановленого строку номінальної вартості сертифіката та відсоткового доходу (якщо виплата відсоткового доходу передбачена сертифікатом) у банку, який здійснив його емісію [8].

Зокрема, 3 вересня 2021 року набуло чинності «Положення про порядок видачі депозитних сертифікатів у банках та їх обігу», розроблене відповідно до Закону України «Про державне регулювання ринків капіталу та організованих товарних ринків». Регламент Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку (НКЦПФР) відповідно до вимог Закону України від 19 червня 2020 р. №738-IX «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо сприяння залученню інвестицій та запровадженню нових фінансових інструментів»”.

Так, Національним депозитарієм України 29 грудня 2021 року протягом 5 робочих днів здійснено перший випуск цифрових депозитних сертифікатів. Емітентом пілотного випуску іменних цінних паперів став АТ «Банк Авангард». Емісійний строк сертифіката складає до 397 днів, номінальна вартість може визначатися в національній або іноземній валюті та існує виключно в електронній формі [9].

Електронний депозитний сертифікат для України є пілотним фінансовим продуктом, який дозволяє учасникам ринку швидко та зручно залучати та інвестувати кошти. Оцифрування випуску депозитних сертифікатів сприятиме скороченню доступу емітента до ринку капіталу з 2-3 місяців при випуску облігацій до 2-3 робочих днів, необхідних для розміщення депозитних сертифікатів від банків. Подібні особливості

процесу реєстрації запроваджені для окремих видів облігацій з можливістю скорочення тривалості процесу випуску до одного дня [9]. Таке активне використання фінансового інструменту учасниками ринку сприятиме активізації ринку цінних паперів та притоку інвестиційних коштів у банківську систему України.

Враховуючи невизначеність щодо тривалості війни в Україні, ефективний та сталий розвиток інфраструктури є запорукою стабільності національної економіки та її здатності ефективно протистояти агресору. Одним із центральних завдань України є активізація економічних процесів у тих районах, де не ведуться бойові дії. Очевидно, що держава має забезпечити відновлення та утримання об'єктів стратегічної інфраструктури, а місцева влада має подбати про відновлення соціальних об'єктів, оскільки місцеві громади краще розуміють, які об'єкти необхідно відновити першочергово. Зрозуміло, що для реконструкції інфраструктури стратегічних об'єктів необхідно визначити джерела фінансування. У той же час традиційні методи фінансування інфраструктурних проектів обмежують можливість залучення значних обсягів інвестиційних коштів для їх реалізації [10].

Аналіз світового досвіду показав, що окрім існуючих фінансових інструментів фінансування проектів, муніципалітети та компанії широко використовують інфраструктурні облігації. За останні 20 років у промислово розвинених країнах утвердилися позикові форми фінансування проектів і стали прогресивною формою фінансування інфраструктурних проектів, є прикладами широкого залучення інституційних інвесторів до фінансування проектів шляхом використання інфраструктурних облігацій Чилі, Індії, США, Австралії тощо

Інфраструктурні облігації вперше були випущені страховою компанією Santander у листопаді 1998 року в Латинській Америці. У Чилі пенсійні фонди та страхові компанії є активними учасниками ринку муніципальних позик, які забезпечують будівництво житлово-комунального господарства, аеропортів, доріг тощо. Управління інфраструктурними проектами в Чилі здійснюється через державно-приватне партнерство на основі концесійних угод, які отримали високі кредитні рейтинги. З метою стимулювання приватного партнера надаються певні податкові пільги [11].

В Індії банки є основними емітентами інфраструктурних облігацій. Індійський феномен використання боргу для фінансування інфраструктурних проектів полягає в тому, що інфраструктурні облігації забезпечують звільнення від податків. Однією з найпопулярніших категорій облігацій для фінансування інфраструктури є «tax free infrastructure bonds» або неоподатковані облігації. Компаніям, які спрямовують інвестиції на розвиток інфраструктури в Індії, дозволяється бути емітентом неоподаткованих облігацій [12].

У США широко розповсюджувати практику випуску муніципальних інфраструктурних зобов'язань. Муніципальні облігації існують двох видів: облігації загального покриття та облігації забезпечені доходами від проектів. Емітентом цих облігацій найчастіше є органи державної влади різних рівнів. Привабливість інфраструктурних облігацій для інвесторів визначається звільненням від сплати федерального податку на прибуток. Статистика свідчить, що близько 15% обсягу інфраструктурних облігацій знаходяться у портфелях страхових компаній, ще близько 10% – у портфелях банків і понад 35% обсягу зосереджено у портфелях взаємних фондів. У цілому інфраструктурні облігації у США відносяться до числа найбільш надійних фінансових інструментів, причому це відноситься до всіх видів муніципальних позик [13].

В Австралії основним емітентом інфраструктурних зобов'язань виступає уряд, але їх випуск регулюється Австралійською податковою службою та державним органом, який займається виділенням дотацій на економічний розвиток. Австралія

ефективно використала податкові позики за муніципальними позиками. Відповідно до Закону про дотації на розвиток, у межах якого регулюється випуск інфраструктурних облігацій, запозичення здійснюються у формі прямих і непрямих запозичень та рефінансування [14].

Канада податкових пільг на відміну від Австрії взагалі не надавала, однак практично всі позики мали гарантію на рівні регіонального бюджету. Це формувало високі кредитні рейтинги муніципальних позичальників і служило гарантією їх платоспроможності в державно-приватних інфраструктурних проєктах.

У світовій практиці для реалізації громіздких проєктів активно використовується механізм проєктного фінансування через застосування різних форм запозичення, які забезпечують доходи, генеровані грошовими потоками проєкту, доступністю та простотою у використанні, зниженими ризиками, довгостроковим терміном обігу, забезпечення тощо [14].

В Україні з 1 липня 2021 р. набула чинності нова редакція закону «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки» № 3480-IV, який надав можливості державі та місцевим органам влади випускати різні види облігацій, у тому числі й інфраструктурні. Залучені кошти від їх реалізації можуть використовуватися на фінансуванні будівництва, реконструкції об'єктів інфраструктури тощо. Використання інфраструктурних облігацій сприятиме швидкому відновленню зруйнованих воєнними діями об'єктів інфраструктури, заміщення державних інвестицій приватними, реалізації взаємовигідних схем співпраці держави та бізнес-підприємницьких структур.

Враховуючи сучасні реалії місцеві облігації та інші боргові інструменти конкурують на ринку із ОВДП. Останні є одними з найбільш надійних інструментів забезпечення та приносять вищу дохідність. Перевагою державних облігацій України є податкова пільга, якої не мають інші фінансові інструменти. Інвестори в ОВДП не сплачують податки (для населення це ПДФО у розмірі 18%, а з 23 травня 2020 р. з купонного та інвестиційного доходів фізичних осіб не стягується військовий збір у розмірі 1,5%). З огляду на вищезазначене місцеві облігації мають забезпечувати вищу ставку доходу, ніж ОВДП, щоб привернути увагу потенційних інвесторів.

У цьому контексті доречно згадувати про такий різновид ОВДП як військові облігації, емітентом яких виступає держава в особі Міністерства фінансів України. Особливістю цих зобов'язань є те, що вони реалізуються лише на внутрішньому фондовому ринку та в їхньому цільовому призначенні – підтримка обороноздатності держави в умовах війни.

Уперше емісія військових облігацій розпочалась з початку анексії Криму та окупації частини Донбасу російською федерацією у 2014 р. Так, Міністерство фінансів України відповідно до Постанови КМУ від 1 квітня 2014 р. № 100 «Про випуск казначейських зобов'язань «Військові»» з 21 травня 2014 р. розпочало розміщення казначейських зобов'язань «Військові» серії В на пред'явника в документарній формі загальним обсягом 100 млн грн із строком обігу 24 місяці до травня 2016 р., номінальною вартістю 1000 грн, відсотковою ставкою 7% річних та розмір доходів за кожним купоном становить 35 грн, які виплачуються кожні 6 місяців та не оподатковуються [15].

У зв'язку з військовою агресією Російської федерації та введенням воєнного стану на території України, Міністерством фінансів України 1 березня 2022 р. було розміщено військові облігації, що дало можливість протягом місяця з початку повномасштабної війни поповнити державний бюджет приблизно на 26 млрд грн і близько 12 млн доларів. Так, в результаті успішного розміщення військових зобов'язань Міністерство фінансів України планує отримати приблизно 400 млрд грн.

У військові облигації можна інвестувати від 1000 грн до 500000 грн, строк обігу до 15 років. Наразі пропоновані два види військових зобов'язань – середньострокові (термін інвестування становлять 1 рік) і короткострокові (термін інвестування до 1 року) за різними ставками дохідності. При розміщенні зобов'язань на 2 місяці дохідність складатиме 10%, при розміщенні на 1 рік відсоткова ставка становить 11% річних [16].

З 1 липня 2021 р. відповідно до нової редакції Закону України «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки» № 3480-IV, запроваджується обіг «зелених» облигацій як окремих підвидів цінних паперів та встановлюються правила для учасників ринку цінних паперів. Для розвитку ринку «зелених» зобов'язань НКЦПФР 7 липня 2021 р. затвердила Рекомендації щодо реалізації або фінансування екологічних об'єктів через емісії «зелених» зобов'язань, які базуються на провідній світовій практиці Green Bonds враховуючи критерії сталого розвитку, екологічні, соціальні та управлінські аспекти. Крім того, 23 лютого 2022 р. Кабінет Міністрів України схвалив Концепцію запровадження та розвитку ринку «зелених» облигацій в Україні на 2022-2023 роки, яка була розроблена Міністерством енергетики спільно з Державним агентством з енергоефективності та енергозбереження України.

За даними Міжнародної фінансової корпорації (International Finance Corporation) інвестиційний потенціал «зеленого» фінансування у різні сфери енергоефективності України складає 73 млрд доларів до 2030 р. Водночас половину з них, а саме 36 млрд доларів можна залучити за рахунок емісії «зелених» облигацій, кошти від розміщення яких будуть спрямовуватися у важливі проекти екологічного спрямування. Україна має значну кількість природних ресурсів для виробництва електроенергії з відновлюваних джерел, таких як біомаса, сонячна фотоелектрична енергія та енергія вітру [18]. Ознаки «зелених» облигацій визначені стандартом Європейського Союзу по «зелених» облигаціях та Принципами «зелених» облигацій Міжнародної асоціації ринків капіталу [17-18].

За своєю суттю «зелені» облигації – це цінні папери з фіксованим доходом, залучені кошти з яких використовуються для фінансування нових або існуючих «зелених» проектів, наприклад, проекти боротьби із забрудненням, зміною клімату або виснаженням природних ресурсів [19]. Основна особливість «зелених» облигацій полягає в тому, що кошти від розміщення таких облигацій спрямовуються на фінансування або рефінансування екологічно орієнтованих проектів тобто проектів у сфері альтернативної енергетики, енергоефективності й енергозбереження; мінімізації обсягів утворення відходів; скорочення викидів у навколишнє природне середовище; ефективної утилізації та переробки відходів; впровадження екологічно чистого транспорту; розвиток органічного землеробства; збереження флори і фауни, водних ресурсів; адаптації до кліматичних змін тощо.

Дослідженням встановлено, що глобальний ринок «зелених» облигацій зростає в геометричній прогресії. Історично вперше «зелені» облигації емітував Європейський інвестиційний банк у 2007 р. на загальну суму 900 млн доларів. Майже незмінна ситуація спостерігалась у 2008 р. Світова емісія «зелених» облигацій була в межах 1 млрд доларів, а в 2019 р. цей показник становив рекордну суму, понад 250 млрд доларів. Протягом 2007–2019 років було розміщено «зелених» облигацій на суму 771 млрд доларів. Найбільш переломним і водночас масштабним періодом у розвитку ринку екологічних облигацій був 2013 р. Так, з 2013 по 2015 року обсяг емісії таких облигацій збільшився з 11 млрд доларів до 65,6 млрд доларів. Світові обсяги ринку «зелених» облигацій в період пандемії COVID-19 у 2020 р. зросли до 290 млрд доларів [20].

Рейтинг країн світу з випуску «зелених» облігацій очолюють США, Китай та Франція. Питома вага їх облігаційного випуску в загальній світовій емісії у 2018 р. становила 47%. У 2019 р. найбільшими лідерами за обсягами емісії «зелених» облігацій стали такі країни як Японія, США, Швеція та Франція, які забезпечили 67% облігаційного випуску. На сьогодні «зелені» облігації емітуються близько 40 державами світу, зокрема до світових лідерів належать переважно європейські країни, такі як Німеччина, Англія, Бельгія, Нідерланди, Швеція, Іспанія, Норвегія, Ірландія, Італія.

Варто відмітити, що Україна має практичний досвід розміщення облігацій на міжнародних фінансових ринках так званих «єврооблігацій». За даними Міністерства фінансів України в липні 2020 р. Україна успішно завершила розміщення єврооблігацій на суму 2 млрд доларів, з дохідністю 7,25% та з погашенням у 2033 р. Інвесторська база таких облігацій переважно складалася з фондів управління активами (81%), хедж-фондів (13%), банків (4%) та пенсійних і страхових фондів (2%).

Найбільший попит був зафіксований зі сторони інвесторів зі Сполучених Штатів (48%), Сполученого Королівства (38%) та країн Європейського Союзу (13%), які придбали переважну частину єврооблігацій. Успішне проведення розрахунків за єврооблігаціями демонструє довіру до країни з сторони міжнародної інвестиційної спільноти та підтримку визначеної стратегії розвитку фінансового ринку. Це свідчить про те, що Україна має всі можливості в найближчому майбутньому запропонувати міжнародній спільноті «зелені» облігації під реалізацію національних проектів у сфері альтернативної енергетики, енергоефективності та інших проектів екологічного спрямування [21-22].

Із огляду на досвід держав світу з організації та використання альтернативних фінансових інструментів залучення коштів в різні сектори економіки свідчить, що їх ефективне застосування можливе у разі вироблення і впровадження єдиної цілісної державної політики, гармонізованої з міжнародним законодавством, яка враховуватиме кращі практики провідних країн світу та особливості національних умов.

Висновки. На основі результатів проведеного дослідження визначено, що одним із ефективних засобів залучення капіталу для реалізації інноваційно-інвестиційних проектів, поліпшення бізнес-середовища, оптимізації структури державних зобов'язань є емісія нових видів цінних паперів. Вважаємо, що *активізація* операцій з розміщення та обігу безпаперових цифрових депозитних сертифікатів банку сприятиме поживленню фондового ринку та забезпечить притік внутрішніх і зовнішніх інвестицій до банківської системи України. Водночас випуск інфраструктурних та «зелених» облігацій дасть широкі можливості залучення фінансування для підтримки екологізації фінансової системи України, що в результаті позитивно впливатиме на відбудову якісної інфраструктури держави та забезпечення стійкого та динамічного розвитку економіки.

1. Розвиток фінансового ринку України в умовах європейської інтеграції: проблеми та перспективи: кол. моногр. / за ред. В.Г. Баранова, О.М. Гончаренко. Харків: «Діса плюс», 2019. 370 с.
2. Внукова Н.М. Розвиток ринків фінансових послуг в умовах європейської інтеграції: монографія. Харків: ТО Ексклюзив, 2014. 218 с.
3. Іоргачова М.І., Ковальова О.М., Коцюрубенко Г.М. *Фінансовий ринок України: сучасний стан основних сегментів. Електронний журнал Ефективна економіка*. 2020. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8654> (дата звернення 10.05.2022).
4. Коваленко Ю.М., Онишко С.В., Кужелев М.О. *Фінансовий ринок: підручник*. Ірпінь: Університет ДФС України, 2018. 442 с.
5. Татарин Н.Б., Петрович А.З., Педченко І.І. Стан та перспективи розвитку фінансового ринку України. *Young Scientist*. 2020. № 3 (79). С. 273–277.

6. Шишпанова Н. О., Іванов А. О. Фінансовий ринок України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку. *Modern economics*. 2017. № 1. С. 66–72.
7. Школьник І.О., Кремень В.М. Періодизація розвитку фінансового сектору та фінансового нагляду в Україні. *Фінанси України*. 2018. № 3. С. 97–115.
8. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення залучення інвестицій та запровадження нових фінансових інструментів: Закон України від 19.06.2020 р. № 738-ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/738-20#Text> (дата звернення 10.05.2022).
9. НДУ зареєстрував перший випуск депозитних сертифікатів банку. URL: https://csd.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=11971%3A2021-12-29-14-43-27&catid=51%3Ahot-news&Itemid=18&lang=en (дата звернення 10.05.2022).
10. Загірняк Д., Данилко В., Іщенко С., Лига Д. Стратегічна стійкість в умовах глобалізації економіки як антикризовий інструмент. *Вісник національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. Харків: ХПІ. 2020. № 3. С. 95–10.
11. Фрейдина І. Международны́й опыт финансирования инфраструктурных проектов. *Экономическая политика*. 2017. № 4. Т. 12. С. 196–203.
12. Nagesha G., Gayathri K. A Research Note on the Public-Private Partnership of India's Infrastructure Development. *Journal of Infrastructure Development*. 2014. Vol. 6. № 2. P. 111–129.
13. Никифорук О.І., Чукаєва І.К. Інфраструктурні облигації як інструмент залучення інвестицій для потреб модернізації в практиці зарубіжних країн. *Електронний журнал Ефективна економіка*. 2014. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2926> (дата звернення 10.05.2022).
14. Васютинська Л.А. Інфраструктурні облигації у проектному фінансуванні: світовий досвід та можливості для України. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Вип. 3 (30). 2021. С. 79–84.
15. Про випуск казначейських зобов'язань «Військові»: Постанова Кабінету Міністрів України від 01.04.2014 р. № 100. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/100-2014-%D0%BF> (дата звернення 10.05.2022)
16. Інвестуй в Україну: як українці можуть купити військові облигації і допомогти ЗСУ. URL: <https://mind.ua/openmind/20238787-investuj-v-ukrayinu-yak-ukrayinci-mozhut-kupiti-vijskovi-obligaciyi-i-dopomogti-zsu> (дата звернення 10.05.2022).
17. European green bond standard. URL: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/sustainable-finance/european-green-bond-standard_en (дата звернення 10.05.2022).
18. Green Bond Principles. URL: <https://www.icmagroup.org/sustainable-finance/the-principles-guidelines-and-handbooks/green-bond-principles-gbp/> (дата звернення 10.05.2022).
19. Ehlers T., Packer F. Green bond finance and certification. *BIS Quarterly Review*, September. 2017. P. 89–104.
20. Climate Bonds Initiative. Record USD 700bn of Green, Social & Sustainability (GSS) Issuance in 2020: Global State of the Market Report. 2021. URL: <https://www.climatebonds.net/2021/04/record-700bn-green-social-sustainability-gss-issuance-2020-global-state-market-report> (дата звернення 10.05.2022).
21. Шуба О.А. Європейський досвід використання «зелених» облигацій у фінансуванні екологічної модернізації. *Журнал Бізнес Інформ*. 2018. № 11. С. 60–65.
22. Гура К. “Зелені” облигації: як Україна планує залучати кошти на екологічні проекти. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2021/01/25/670304/> (дата звернення 10.05.2022).

References

1. *Development of the financial market of Ukraine in terms of European integration: problems and prospects: col. monograph*, ed. V.H.Baranova. Kharkiv, «Disa plius», 2019.
2. Vnukova, N.M. *Development of financial services markets in the context of European integration: a monograph*. Kharkiv, TO Ekskliuzyv, 2014.
3. Iorhachova, M.I., Kovalova, O.M., and H.M.Kotsiurubenko. “The financial market of Ukraine: the current state of the main segments.” *Efektivna ekonomika*, no. 2, 2020, www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8654. Accessed 10 May 2022.
4. Kovalenko, Yu.M., Onyshko, S.V., and M.O.Kuzheliev. *Financial market: a textbook*. Irpin, Universytet DFS Ukrainy, 2018.
5. Tataryn, N.B., Petrovych, A.Z., and I.I. Pedchenko. “Status and prospects of development of the financial market of Ukraine.” *Young Scientist*, no. 3 (79), 2020, pp. 273–277.
6. Shyshpanova, N. O., and A. O.Ivanov. “Financial market of Ukraine: current status, problems and prospects.” *Modern economics*, no.1, 2017, pp. 66–72.
7. Shkolnyk, I.O., and V.M. Kremen. “Periodization of financial sector development and financial supervision in Ukraine.” *Finansy Ukrainy*, no. 3, 2018, pp. 97–115.

8. On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine Concerning Simplification of Attracting Investments and Introduction of New Financial Instruments from 19.06.2020 № 738-IX. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/738-20#Text. Accessed 10 May 2022.
9. "NDU registered the first issue of the bank's certificates of deposit." CSD, csd.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=11971%3A2021-12-29-14-43-27&catid=51%3Ahot-news&Itemid=18&lang=en Accessed 10 May 2022.
10. Zahirniak, D., Danylko, V., Ishchenko, S., and D.Lyha. "Strategic stability in the context of economic globalization as an anti-crisis tool." *Visnyk natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «Kharkivskiy politekhnichnyi instytut»*. Kharkiv: *KhPI*, no. 3, 2020, pp. 95–10.
11. Freidyna, Y. "International experience in financing infrastructure projects." *Экономическая политика*, vol. 12, no. 4, 2017, pp. 196–203.
12. Nagesha, G., and K.Gayithri. "Research Note on the Public-Private Partnership of India's Infrastructure Development." *Journal of Infrastructure Development*, vol. 6, no. 2, 2014, pp. 111–129.
13. Nykyforuk, O.I., and I.K.Chukaieva. "Infrastructure bonds as a tool for attracting investment for the needs of modernization in the practice of foreign countries." *Efektivna ekonomika*, no.2, 2014, www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2926. Accessed 10 May 2022.
14. Vasutynska, L.A. "Infrastructure bonds in project financing: world experience and opportunities for Ukraine." *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*, no. 3 (30), 2021, pp. 79–84.
15. Pro vypusk kaznacheiskykh zoboviazan «Viiskovi»: [On the issuance of treasury obligations to the "Military" Solution of Cabinet Ministry of Ukraine from 01.04.2014 № 100. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon2.rada.gov.ua/laws/show/100-2014-%D0%BF. Accessed 10 May 2022.
16. "Invest in Ukraine: how Ukrainians can buy military bonds and help the Armed Forces." *Mind.ua*, mind.ua/openmind/20238787-investuj-v-ukrayinu-yak-ukrayinci-mozhut-kupiti-vijskovi-obligaciyi-i-dopomogti-zsu. Accessed 10 May 2022.
17. "European green bond standard." EC.EUROPA, ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/sustainable-finance/european-green-bond-standard_en. Accessed 10 May 2022.
18. "Green Bond Principles." Icmagroup, www.icmagroup.org/sustainable-finance/the-principles-guidelines-and-handbooks/green-bond-principles-gbp/. Accessed 10 May 2022.
19. Ehlers, T., and F. Packer. "Green bond finance and certification." *BIS Quarterly Review*, September, 2017, pp. 89–104.
20. *Climate Bonds Initiative. Record USD 700bn of Green, Social & Sustainability (GSS) Issuance in 2020: Global State of the Market Report*, 2021, www.climatebonds.net/2021/04/record-700bn-green-social-sustainability-gss-issuance-2020-global-state-market-report. Accessed 10 May 2022.
21. Shuba, O.A. "European experience in the use of "green" bonds in financing environmental modernization." *Zhurnal Biznes Inform*, no. 11, 2018, pp. 60–65.
22. Hura, K. "Green" bonds: how Ukraine plans to raise funds for environmental projects." *Epravda*, www.epravda.com.ua/rus/columns/2021/01/25/670304/. Accessed 10 May 2022.

РОЗВИТОК ІНСТИТУЦІЙНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
кафедра страхування, банківської справи та ризик-менеджменту
вул. Васильківська, 90-а, м. Київ,
03022, Україна,
тел.: 0972920906,
e-mail: Abaeva.anasts@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0002-4443-4682

Анотація. Дана стаття присвячена розвитку інституційно-правового забезпечення фінансової стійкості вітчизняних страхових компаній, які функціонують в умовах посилення ризиків та загроз зовнішнього середовища, зокрема, нагальною є розробка рекомендацій щодо його вдосконалення.

В результаті критичного аналізу інституційно-правових основ забезпечення фінансової стійкості як перспективної платоспроможності страховиків-резидентів, зокрема на предмет їх відповідності Solvency II, виявлено, що інституційно-правове забезпечення фінансової стійкості страховиків наразі знаходиться на етапі вдосконалення, що є важливою складовою Загальнодержавної програми адаптації законодавства та передбачає уніфікацію юридичної термінології, внесення змін та доповнень до нормативно-правових актів, а також прийняття нових. Здійснено аналіз фактичного стану та перспективи розвитку інституційно-правового забезпечення фінансової стійкості страхових компаній в Україні в зв'язку з прийняттям нової редакції Закону України «Про страхування». Виявлено, що зміни стосуються зокрема запровадження диференційованого підходу щодо вимог до платоспроможності страховиків. Встановлено, що нові вимоги ЄС (Solvency II) до вирішення проблеми посилення перспективної платоспроможності страхових компаній з метою максимального захисту майнових інтересів страхувальників передбачають встановлення системи платоспроможності страховика на основі ризику.

Виявлено основні напрями вдосконалення інституційно-правового забезпечення управління фінансовою стійкістю як перспективною платоспроможністю вітчизняних страхових компаній у відповідності до європейських вимог (Solvency II): зміна підходу до регулювання ринку страхування; зміна вимог до капіталу страховика; вдосконалення оцінки вартості активів та адекватності сформованих резервів; зміна підходу до управління ризиками страхової діяльності. Зазначені зміни сприятимуть підвищенню ефективності державного нагляду та управління ризиками страхової діяльності та зростання рівня повного і вчасного здійснення платежів клієнтам та кредиторам страховиками, розвитку українського страхового ринку в цілому.

Ключові слова: перспективна платоспроможність, страхова діяльність, регулювання, нагляд.

Abaieva.A.Yu.

DEVELOPMENT OF THE INSTITUTIONAL AND LEGAL BASIS OF THE FINANCIAL STABILITY OF THE INSURANCE COMPANY

Taras Shevchenko National University of Kyiv,
Department of Insurance, Banking and Risk Management
Vasylkivska str., 90-a, Kyiv,
03022, Ukraine,

tel.: 0972920906,
e-mail: Abaeva.anasts@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0002-4443-4682

Abstract. This article is devoted to the development of institutional and legal basis of the financial stability of domestic insurance companies operating in conditions of increasing risks and threats to the external environment, in particular, the development of recommendations of its improvement is urgent.

As a result of a critical analysis of the institutional and legal basis of ensuring financial stability as long-term solvency of resident insurers, in particular with the so-called compliance with Solvency II, it was revealed that institutional and legal basis of financial stability of insurers is now at the stage of improvement, which is an important component of the National program of adaptation of legislation and provides for the unification of legal terminology, amendments and additions to regulatory legal acts, as well as the adoption of new ones. An analysis of the actual situation and prospects for the development of institutional and legal support for the financial stability of insurance companies in Ukraine in connection with the adoption of a new version of the Law of Ukraine "On Insurance". The analysis of the real situation and prospects for the development of institutional and legal support for the financial stability of insurance companies in Ukraine in connection with the adoption of a new version of the law of Ukraine "On insurance" is carried out. It is revealed that the changes relate, in particular, to the introduction of a differentiated approach to the requirements for the solvency of insurers. It is established that the new EU requirements (Solvency II) for solving the problem of strengthening the long-term solvency of insurance companies in order to maximize the protection of property interests of policyholders provide for the establishment of a risk-based system of solvency of the insurer.

The main directions of improving institutional and legal basis of managing financial stability as long-term solvency of domestic insurance companies in accordance with European requirements (Solvency II) are identified: changing the approach of the insurance market regulation; changing the requirements to the insurer's capital; improving the assessment of the value of assets and the adequacy of formed reserves; changing the approach to risk management of insurance activities. These changes will contribute to improving the efficiency of state supervision and risk management of insurance activities, in the context of increasing the level of full and timely payment to customers and creditors by insurers, and developing the Ukrainian insurance market as a whole.

Keywords: prospective solvency, insurance activity, regulation, supervision.

Вступ. Актуальність дослідження фінансової стійкості страхових компаній України зумовлена тим, що страхування в сучасних умовах є одним з найважливіших елементів фінансової системи оскільки забезпечує захист майнових інтересів членів суспільства при настанні різноманітних ризиків [5]. Страховий ринок акумулює значні фонди фінансових ресурсів, які можуть не лише забезпечити захист майнових інтересів суб'єктів економіки, а й стати важливим джерелом інвестиційного розвитку економіки.

Розвиток страхового ринку України характеризується помірним зростанням та недостатньою збалансованістю взаємодії між його учасниками та регулюючими органами державної влади, що значно перешкоджає реалізації соціально-економічних функцій страхування. Крім того, невирішеною для вітчизняного страхового ринку залишається проблема недостатнього розвитку страхової культури населення та недовіра до страховиків, а також недостатній рівень платоспроможності потенційних страхувальників.

Соціально-економічний розвиток України відбувається в умовах посилення глобалізації та євроінтеграції. Водночас, вітчизняні страхові компанії функціонують в умовах посилення ризиків та загроз зовнішнього середовища. В таких умовах особливої уваги потребують питання посилення фінансової стійкості страхових компаній; обґрунтування напрямів вдосконалення її інституційно-правового забезпечення у відповідності до вимог Директив ЄС.

Фінансова стійкість страховика є об'єктом численних досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Особливості фінансової стійкості вітчизняних страхових компаній досліджувалися багатьма українськими вченими, серед яких варто виділити таких, як: Бойко А.О. [1], Добош Н.М. [2] Журавка О.С., Темченко А.Р., Федорченко В.Г. [3], Крупка Я.Д. [4], Олійник В.М. [5], Базилевич В.Д., Приказюк Н.В. [7], Шолойко А.С. [9]. Фактори впливу та методи забезпечення фінансової стійкості були представлені в роботах Пікус Р.В., Балицької М.В. [6], Ткаченко Н.В. [8] Незважаючи на розмаїття наукових поглядів щодо сутності поняття фінансової стійкості, теорії і практики управління нею, питання вдосконалення інституційно-правового забезпечення фінансової стійкості страхової компанії залишаються недостатньо розкритими.

Постановка завдання. Метою даної статті є розробка пропозицій з удосконалення інституційно-правового забезпечення фінансової стійкості страхової компанії в Україні на основі зарубіжного досвіду країн ЄС.

Досягнення визначеної мети передбачає виконання ряду завдань, а саме:

–узагальнити інституційно-правові основи забезпечення фінансової стійкості як перспективної платоспроможності страховиків-резидентів;

–виявити основні напрями вдосконалення інституційно-правового забезпечення фінансової стійкості вітчизняних страховиків.

В процесі дослідження використано критичний аналіз і компаративний аналіз для порівняння сучасного та перспективного станів інституційно-правового забезпечення фінансової стійкості вітчизняних страхових компаній; метод наукового узагальнення – для виявлення пріоритетних напрямів подолання невідповідності інституційно-правового забезпечення фінансової стійкості вітчизняних страхових компаній сучасним вимогам Директив ЄС.

Результати. Ефективна діяльність страхових компаній дозволяє забезпечити стабільний соціально-економічний розвиток країни, захистити суб'єктів господарської діяльності від наявних та потенційних загроз, а також підвищити добробут населення. Підтримання необхідного рівня фінансової стійкості страхових компаній України є важливою умовою їх сталої діяльності та є запорукою успішного виконання своїх зобов'язань перед страхувальниками. Таким чином, фінансова стійкість кожної окремої страхової компанії становить базис для забезпечення фінансової стабільності всієї страхової системи країни. В умовах посилення глобалізаційних та євроінтеграційних процесів успішне функціонування страхових компаній суттєво залежить саме від їх фінансового стану, особливо, фінансової стійкості. Інституційно-правове забезпечення виконує функцію зовнішнього контролю, регулювання та нагляду за фінансовим станом та фінансовою стійкістю страхової компанії, як окремого учасника, так і страхового ринку в цілому. Оскільки фінансова стійкість виступає першочерговою умовою, певним фундаментом функціонування страхової компанії, то нормативно-правові акти, що регулюють діяльність страхової організації в цілому певним чином впливають і на фінансову стійкість [2]. Варто зазначити, що не існує нормативного визначення поняття «фінансова стійкість». В науковій літературі наявні певні суперечності серед точок зору вчених щодо визначення змісту «фінансової стійкості» страховика. Вітчизняні науковці виділяють декілька різних наукових підходів до тлумачення сутності «фінансова стійкість страхової компанії». Серед них: фінансова стійкість розглядається як здатність компанії виконувати взяті на себе зобов'язання за договорами страхування; фінансова стійкість страхової компанії визначається як перевищення доходів над її витратами; компонентом фінансової стійкості виступає її здатність до постійного розвитку [1]; фінансова стійкість наближується до здатності страхової компанії пристосовуватися до мінливого зовнішнього середовища [6].

З даних підходів випливає, що поняття «фінансова стійкість» тісно пов'язане з поняттям «платоспроможність» страхової компанії. Розрізняють два види платоспроможності: короткострокову та довгострокову (перспективну). Поточна платоспроможність характеризує спроможність підприємства сплатити свої поточні зобов'язання негайно або в найближчому часі. Перспективна платоспроможність аналізує можливість підприємства у середньостроковій та довгостроковій перспективі вчасно розраховуватися за своїми зобов'язаннями. Тому, можна вважати, що це поняття тісно пов'язане із поняттям фінансової стійкості страхової компанії та залежить від оптимального розміщення його активів і джерел їх формування [8].

Надання страховими компаніями страхових послуг передбачає виникнення специфічних відносин між страховиком і страхувальником, здійснення яких потребує належної системи інституційно-правового забезпечення страхової діяльності. Дана система складається із загального законодавства та спеціалізованого страхового законодавства. Норми та принципи правового регулювання страхової діяльності визначені Конституцією України, міжнародними угодами, розпорядженнями та постановами Верховної Ради України, Постановами Кабінету Міністрів України, інструкціями, методиками, листами міністерств і відомств, нормативними актами уповноваженого органу, що здійснює нагляд за страховою діяльністю (рис 1.)

Основою системи законодавчого регулювання страхового ринку є Конституція України, а найбільш загальні принципи здійснення страхової діяльності викладені у Господарському кодексі України. Правовою основою розвитку страхової діяльності є Закон України «Про страхування», який регулює відносини в сфері страхування і спрямований на утворення ринку страхових послуг, посилення страхового захисту майнових інтересів підприємств, організацій та громадян, що повною мірою стосується і всіх сфер економіки [13]. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» встановлює загальні правові засади у сфері надання фінансових послуг, здійснення регулятивних та наглядових функцій за діяльністю з надання фінансових послуг, тому він також безпосередньо впливає на страхову діяльність, оскільки страхові компанії виступають одними із ключових учасників ринку фінансових послуг [14].

Відповідно до ст. 35 Закону України «Про страхування» державний нагляд за страховою діяльністю здійснюється з метою запобігання неплатоспроможності страховиків та ефективного розвитку страхових послуг, захисту інтересів страхувальників [13]. Таким чином, нагляд за фінансовою стійкістю страховиків не лише вимагає від суб'єктів дотримання нормативних вимог, але й включає інструменти для виявлення та запобігання стресів та прогнозування майбутніх негативних наслідків (шляхом проведення стрес-тестування). Усі підзаконні акти містять основні поняття та пояснюють порядок здійснення страхових операцій, встановлюють вимоги до сторін договору страхування.

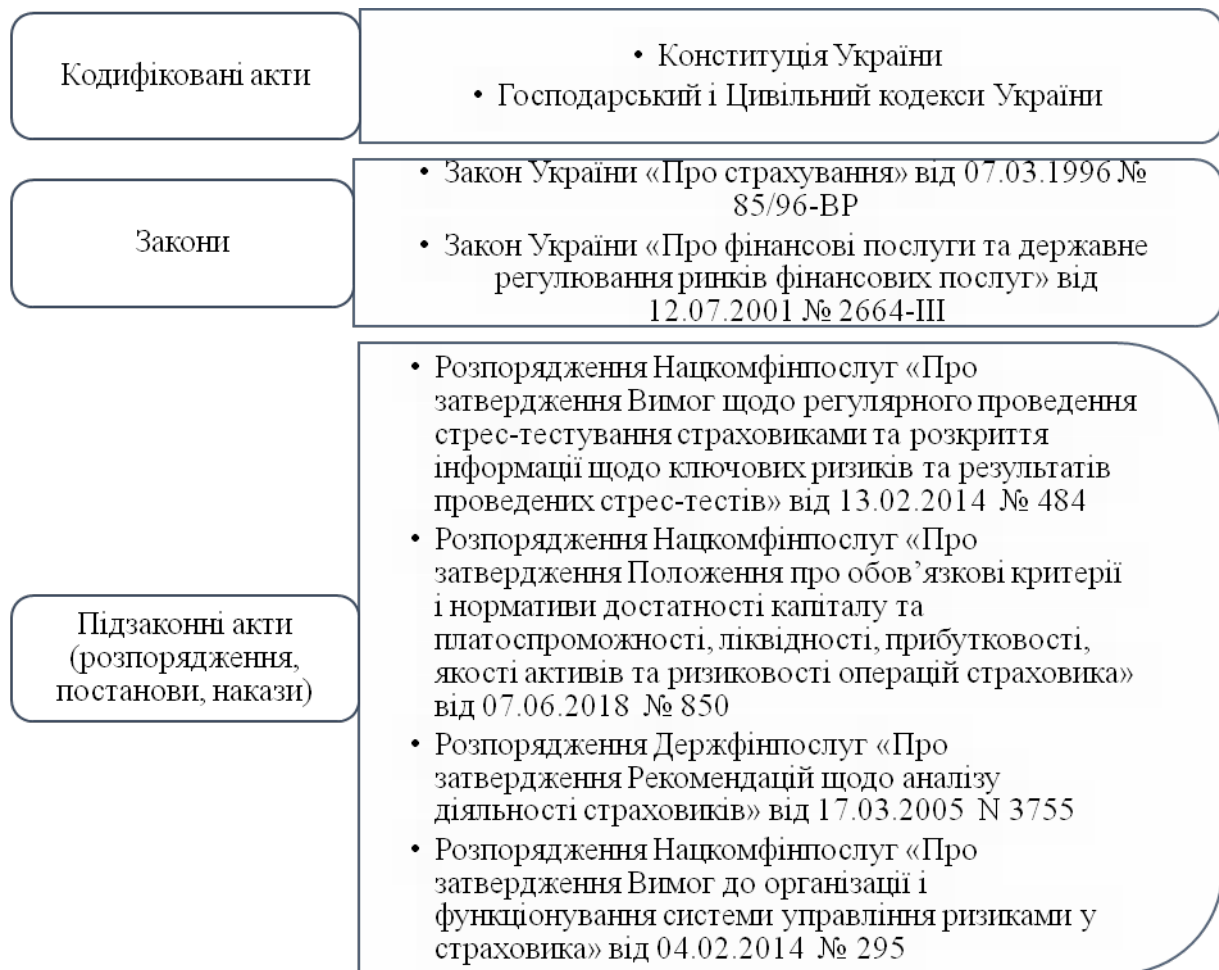


Рис. 1. Нормативно-правове регулювання фінансової стійкості страхових компаній в Україні

Fig. 1. Regulatory regulation of financial stability of insurance companies in Ukraine
Джерело: складено автором на основі [12-17]

Інституційно-правове забезпечення діяльності страховика та його фінансової стійкості можна відбувається в три етапи: попередній, поточний та завершальний нагляд. Попередньому етапу відповідає видача страховику відповідної ліцензії на впровадження страхової діяльності за обраним видом страхування, тобто допуску страхової компанії на ринок. На поточному етапі відбувається перевірка «перспективної» платоспроможності страховика, розміщення страхових резервів на встановлених умовах, тобто звіряється відповідність з нормативно-правовими вимогами регулятора. Завершальний етап направлений на те, щоб наглядовий орган перевіряв фінансову та бухгалтерську документацію страховика, здійснював фінансовий контроль за стійкістю компанії та ефективністю виконання взятих на себе зобов'язань [4].

Таким чином, пруденційний контроль за фінансовою стійкістю страхових компаній відбувається шляхом проведення обов'язкових оцінок показників ефективності діяльності, доходності, рентабельності методом тестів-раннього попередження. А також проваджуючи страхову діяльність, компанія зобов'язана щорічно проводити стрес-тестування, яке спрямоване на перевірку вразливості страховика до ризиків і на достатність капіталу. Для здійснення такого аналізу долучаються актуарії та спеціалісти з управління ризиками страхових компаній. Варто

зазначити, ефективна система пруденційного регулювання має складатися з елементів, призначених для моніторингу та вимірювання великої кількості змінних [8].

Фінансовим забезпеченням фінансової стійкості як перспективної платоспроможності страхової компанії є, перш за все, такі джерела, як: кошти страхових резервів, які мають бути адекватними взятим зобов'язанням, а також власні кошти. В Україні вимоги до платоспроможності страховиків регулюються положеннями розділу 3 Закону України «Про страхування», які передбачають виконання таких умов:

- наявність сплаченого статутного фонду для страховиків-резидентів або гарантійного депозиту для філій страховиків-нерезидентів та наявність гарантійного фонду страховика;

- створення страхових резервів, достатніх для майбутніх виплат страхових сум і страхових відшкодувань;

- перевищення фактичного запасу платоспроможності страховика над розрахунковим нормативним запасом платоспроможності [13].

Так, в чинному Законі України «Про страхування» досить чітко сформульовано вимоги до платоспроможності страховиків, що підтверджує надзвичайну важливість підтримання належного рівня платоспроможності страхових компаній для соціально-економічного розвитку країни, який відбувається в умовах інтеграції до ЄС. Зазначене зумовлює необхідність приведення інституційно-правового забезпечення та регулювання страхового ринку, зокрема, щодо забезпечення платоспроможності вітчизняних страховиків у відповідність до вимог ЄС, що є однією з пріоритетних складових процесу інтеграції та зовнішньої політики України [10].

Вдосконалення інституційно-правового забезпечення сфери фінансових послуг, в тому числі страхових, є важливим напрямом Загальнодержавної програми адаптації законодавства та передбачає уніфікацію юридичної термінології, внесення змін та доповнень до нормативно-правових актів, а також прийняття нових, за необхідності. Так, на даний момент вже прийнято:

- Положення про державний реєстр фінансових установ [19];
- Порядок проведення Перевірок за питаннями запобігання й протидії легалізації (відмиванню) доходів, отриманих злочинним шляхом [20];
- Ліцензійні умови провадження страхової діяльності [22];
- Положення про порядок формування статутного фонду страховика цінними паперами [21].

Важливим кроком на шляху вдосконалення інституційно-правового забезпечення страхової діяльності та фінансової стійкості страховика стало прийняття 18.11.2021 р. нової редакції Закону України «Про страхування», введення в дію якого заплановано на 01.01.2024 р. [12] (табл. 1).

**Фактичний стан та перспективи розвитку інституційно-правового забезпечення
фінансової стійкості страхових компаній в Україні**

**Actual state and prospects of development of institutional and legal support for the
financial stability of insurance companies in Ukraine**

Закон України «Про страхування» від 07.03.1996 № 85/96-ВР	Закон України «Про страхування» від 18.11.2021 № 1909-ІХ (Введення в дію відбудеться 01.01.2024)
1	2
Фактичний стан – спрощена модель, адаптована до положень Solvency I	Перспективний стан – базовий підхід, який враховує положення Solvency II; спрощений підхід, що базується на положеннях Solvency I
<i>Загальна характеристика підходу</i>	
Підхід, що базується на правилах	Підхід, що базується на принципах
<i>Підходи до ліцензування</i>	
Ліцензування окремих видів страхування	Ліцензування за класами (можливість змінювати обсяг ліцензії)
<i>Вимоги до мінімального розміру статутного капіталу</i>	
-1 млн євро для страховиків non-life; -10 млн євро за валютним обмінним курсом валюти України для страховиків, які займаються страхуванням життя.	-32 млн грн для страховиків non-life; -48 млн грн для компаній зі страхування життя, страховиків із ліцензією на класи страхування відповідальності, кредитів, поруки та на здійснення діяльності з перестраховання.
<i>Вимоги до платоспроможності страховика</i>	
-наявності сплаченого статутного фонду для страховиків-резидентів або гарантійного депозиту для філій страховиків-нерезидентів та наявності гарантійного фонду страховика; -створення страхових резервів, достатніх для майбутніх виплат страхових сум і страхових відшкодувань; -перевищення фактичного запасу платоспроможності страховика над розрахунковим нормативним запасом платоспроможності.	-Дотримання вимог до капіталу платоспроможності та мінімального капіталу, розрахунок за базовим або спрощеним підходом. -Розмір прийнятного регулятивного капіталу для виконання вимог повинен перевищувати розмір капіталу платоспроможності. -Регулятор за результатами здійснення нагляду за страховиком має право встановити додаткові вимоги до капіталу платоспроможності.

<i>Вимоги до страхових резервів</i>	
Страхові резерви поділяються на технічні резерви і резерви із страхування життя. Величина резервів незароблених премій на будь-яку звітну дату встановлюється залежно від часток надходжень сум страхових платежів (страхових премій, страхових внесків), які не можуть бути меншими 80 відсотків загальної суми надходжень страхових платежів (страхових премій, страхових внесків), з відповідних видів страхування.	Розмір технічних резервів розраховується як сума двох таких величин: 1) найкраща оцінка резервів, що відповідає середній величині майбутніх грошових потоків за договорами страхування (перестраховування), зваженої на ймовірності їх реалізації з урахуванням вартості грошей у часі (очікувана теперішня вартість майбутніх грошових потоків); 2) маржа ризику, що забезпечує дотримання вимог до платоспроможності приймаючим страховиком у разі негайної передачі йому зобов'язань за договорами страхування (перестраховування).
<i>Покриття резервів активами</i>	
Кошти страхових резервів повинні розміщуватися з урахуванням безпечності, прибутковості, ліквідності, диверсифікованості та мають бути представлені активами таких категорій: грошові кошти на поточному рахунку; депозити, акції, облігації, цінні папери, валютні вкладення, інвестиції в економіку, банківські метали, кредити страхувальникам.	Інвестиції в активи для покриття технічних резервів мають максимально відповідати суті, валюті та строковості зобов'язань за договорами страхування (перестраховування).

Джерело: складено автором на основі [12,13]

Нова редакція Закону, яка вступить в дію в 2024 році, враховує основні вимоги законодавства ЄС. Передбачені даним Законом зміни поширюються на:

- ліцензування страховиків (від ліцензування окремих видів страхування до ліцензування за класами страхування);
- вимоги входження нових страхових компаній на ринок (посилення стандартів ліцензування страховиків);
- регламентацію виходу страхових компаній з ринку (підвищення рівня захисту прав споживачів страхових послуг і забезпечення максимально повного виконання страховиком зобов'язань перед кредиторами);
- запровадження диференційованого підходу щодо вимог до платоспроможності страховиків (вимога до мінімального капіталу (Minimum Capital Requirements, MCR) та капіталу платоспроможності (Solvency Capital Requirements, SCR));
- реалізацію ризик-орієнтованого підходу під час регулювання та нагляду за страховими компаніями (оцінка поточної та майбутньої платоспроможності, виявлення ризиків платоспроможності на ранніх етапах);
- підвищення вимог до договорів страхування;
- нові вимоги до страхових посередників [12].

Нові вимоги ЄС (Solvency II) до вирішення проблеми посилення перспективної

платоспроможності страхових компаній з метою максимального захисту майнових інтересів страхувальників передбачають встановлення системи платоспроможності страховика на основі ризику. Зазначене означає, що кожен фактичний ризик страховика за договором страхування, має відповідати його наявному капіталу [24].

Крім того, для якісної оцінки рівня платоспроможності страховика необхідно забезпечити адекватну оцінку вартості його активів та резервів. Активи для покриття резервів повинні бути високоякісними та ліквідними, що забезпечить можливість повного та вчасного здійснення страхових виплат страховиком. Подальше запровадження Міжнародних стандартів фінансової світності (МСФЗ) та проведення аудиту забезпечить належне відображення справедливої вартості активів страховика. Відповідно актуальним є оновлення стрес-тестів фінансової стійкості страховика, що базуватимуться на МСФЗ [4].

Також потребують вдосконалення підходи до оцінювання резервів, зокрема обов'язкових, страховими компаніями. Розрахунок технічних резервів має бути чітко визначеним для кожного з видів ризику та складатись із суми попередніх розрахунків розміру платежів і виплат та загальної суми маржі ризику. Крім того, дії страховика (зокрема, порядок розробки та виконання плану відновлення рівня платоспроможності) при недотриманні ним вимог до платоспроможності мають бути однозначно визначеними [2].

Запропоновані зміни щодо підвищення вимог до фінансової стійкості страховиків як їх перспективної платоспроможності, вдосконалення методики визначення страхових резервів забезпечать підвищення ефективності управління ризиками страхової діяльності, підвищення імовірності повного та вчасного здійснення платежів клієнтам та кредиторам страховиками у відповідності до їх зобов'язань, зростання рівня довіри населення до страховиків та більш глибокого проникнення страхування на ринок фінансових послуг, розвиток українського ринку страхових послуг в цілому.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє зробити висновок про те, що страховий ринок має велике значення для забезпечення стабільності та подальшого розвитку національної економіки. Забезпечення стабільності розвитку вітчизняного страхового ринку підвищує важливість забезпечення високого рівня фінансової стійкості та платоспроможності страхових компаній.

На сучасному етапі розвитку вітчизняного страхового ринку забезпечення фінансової стійкості як перспективної платоспроможності страховиків є одним із пріоритетних завдань, оскільки в умовах посилення глобалізаційних та євроінтеграційних процесів успішне функціонування страхових компаній суттєво залежить саме від їх фінансового стану, особливо, фінансової стійкості. З огляду на це, НБУ запроваджує нову модель регулювання ринку страхування, яка враховує положення Директив ЄС (зокрема, Solvency II). Очікується, що результатом вдосконалення інституційно-правового забезпечення стане, зокрема, підвищення ефективності управління ризиками страхової діяльності, підвищення рівня фінансової стійкості та платоспроможності страховиків.

З огляду на достатній спектр нормативно-правових актів, що регулюють фінансову стійкість страховиків та тих, що знаходяться на стадії розробки, варто також звернути увагу на вдосконалення підзаконних актів, що встановлюють методику та умови здійснення тестів раннього попередження. Превентивні та діагностичні інструменти регулювання мають показувати дієві результати, тому варто розглянути підходи до стрес-тестування страховиків із урахуванням міжнародних стандартів. Розрахунки на основі стандартизованої моделі не завжди є надійними, а специфічні характеристики окремого страховика впливають на кінцеві результати. Пропонуємо включати в аналіз раннього попередження не лише кількісні, але й якісні індикатори

впливу на фінансову стійкість, такі як: зміну стратегії компанії, відсутність співробітництва з наглядовими органами, уразливість до змін у законодавстві, претензії споживачів/посередників. Таким чином, наглядовим органам потрібно змінити спектр уваги на оцінку якості системи управління фінансовою стійкістю страхової компанії, шляхом побудови додаткових систем ризик-менеджменту. Наприклад, якщо в страховика ключові показники фінансової стійкості знаходяться на критичному рівні, регулятор може вимагати від нього додатковий детальний звіт про причини та пояснення щодо подальших дій підвищення фінансової стійкості, на основі чого приймає рішення застосування заходів впливу на компанію.

1. Бойко А.О. Перестраховання як механізм забезпечення фінансової стійкості страхової компанії : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.08; ДВНЗ «Укр. акад. банк. справи Нац. банку України». Суми, 2011. 278 с.
2. Добош Н.М. Державне регулювання фінансової стійкості страховиків в Україні. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. №20.2. С.160-164.
3. Журавка О.С., Темченко А.Р., Федорченко В.Г. Теоретичні підходи до визначення фінансової стійкості страхових компаній. *Науковий вісник ужгородського національного університету*. 2018. № 22 (ч.1). С. 117-122.
4. Крупка Я.Д. Нові аспекти контролю та регулювання діяльності страхових компаній. *Проблеми економіки*. 2019. № 3 (41). С.240-245.
5. Олійник В.М. Методологічні засади забезпечення фінансової стійкості страхових компаній: дисертація ... д-ра екон. наук, спец.: 08.00.08 Українська академія банківської справи. Суми, 2016. 507 с.
6. Пікус Р.В., Балицька М.В., Фінансова стійкість страхової організації та джерела її забезпечення. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2016. № 3 (180). С. 6-10.
7. Ринок фінансових послуг: погляд у майбутнє: монографія / колектив авторів. Київ: ФОП Ямчинський О.В., 2019. 416 с.
8. Ткаченко Н.В. Фінансова стійкість страхових компаній (методологія оцінки та механізми забезпечення): дис. ... докт. екон. наук: спец. 08.00.08; ДВНЗ «Укр. акад. банк. справи Нац. банку України». Суми, 2011. 418 с.
9. Шолойко А.С. Забезпечення стійкості страхового ринку України. *Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму*. 2018. № 4. С. 31-41.
10. Положення про обов'язкові критерії і нормативи достатності капіталу та платоспроможності, ліквідності, прибутковості, якості активів та ризиковості операцій страховика від 07.06.2018 № 850
11. Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу. Перелік актів законодавства України та *acquis* Європейського Союзу у пріоритетних сферах адаптації: Закон України № 1629-IV від 18.03.2004 р.
12. Про страхування: Закон України № 1909-IX від 18.11.2021р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1909-20#Text>. (дата звернення 10.05.2022).
13. Про страхування: Закон України від 07.03.1996 р. № 85/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-vr#Text>. (дата звернення 10.05.2022).
14. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг: Закон України від 12.07.2001 № 2664-III URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14#Text> (дата звернення 10.05.2022).
15. Пруц Р.Я. Визначення факторів фінансової стійкості страхової компанії. / 69-та студентська науково-технічна конференція. Секція «Економіка і менеджмент»: збірник тез доповідей. Львів: видавництво Львівської політехніки, 2011. С.589–591.
16. Розпорядження Нацкомфінпослуг «Про затвердження Вимог до організації і функціонування системи управління ризиками у страховика» від 04.02.2014 № 295 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0344-14#Text> (дата звернення 10.05.2022).
17. Розпорядження Нацкомфінпослуг «Про затвердження Вимог щодо регулярного проведення стрес-тестування страховиками та розкриття інформації щодо ключових ризиків та результатів проведених стрес-тестів» від 13.02.2014 № 484. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0352-14#Text> (дата звернення 10.05.2022).
18. Розпорядження Держкомфінпослуг «Про затвердження Рекомендацій щодо аналізу діяльності страховиків» від 17.03.2005 N 3755. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v3755486-05#Text> (дата звернення 10.05.2022).

19. Розпорядження державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України №41 від 28.08.2003 року "Про затвердження Положення про державний реєстр фінансових установ"
20. Розпорядження Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг від 13.11.2003 року №120 "Про затвердження Порядку застосування Державною комісією з регулювання ринків фінансових послуг України штрафів за невиконання (неналежне виконання) вимог Закону України "Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом"
21. Розпорядження Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 13 листопада 2003 року №124 "Про порядок формування статутного фонду страховика цінними паперами"
22. Розпорядження Державної комісія з регулювання ринків фінансових послуг №40 від 28.08.2003р. "Про затвердження Ліцензійних умов провадження страхової діяльності"
23. Стасюк Л. Аналіз показників ліквідності і платоспроможності на прикладі ПАТ «ХЗКПУ «Пригма-Прес». *Галицький економічний вісник*. 2014. Том 44. № 1. С.154-161.
24. Solvency II, Working papers Policy issues for Solvency II - Possible amendments to the Framework for Consultation MARKT/2505/05, 15.04.2005, Annex to document MARKT/2505/05. URL: http://ec.europa.eu/internal_market/insurance/solvency2/workpapers_en.htm/ (дата звернення 10.05.2022).

References

1. Boyko, A.A. Reinsurance as a mechanism for ensuring financial stability of an insurance company : DIS.. Sumy, Ukr. akad. bank. affairs of the National Bank. Bank of Ukraine, 2011.
2. Dobosh, N. M. "State regulation of financial stability of insurers in Ukraine." *Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine*, no. 20.2, 2010, pp.160-164.
3. Zhuravka, O.S., Temchenko, A.R., and V.G.Fedorchenko. "Theoretical approaches to determining the financial stability of insurance companies." *Scientific Bulletin of Uzhgorod National University*, no. 22 (Part 1), 2018, pp.117-122.
4. Krupka, Y.D. "New aspects of control and regulation of insurance companies' activities." *Problemy ekonomiki publ.*, no. 3 (41), 2019, pp. 240-245.
5. Oleynik, V. M. Methodological foundations of ensuring financial stability of insurance companies: dissertation. Sumy, Ukrainian Academy of banking, 2016.
6. Pikus, R. V., and M. V. Balitska. "Financial stability of an insurance organization and sources of its provision." *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv*, no. 3 (180), 2016, pp. 6-10.
7. *Financial Services Market: a look into the future*. Kiev: FLP Yamchinsky O. V., 2019.
8. Tkachenko, N. V. Financial stability of insurance companies (assessment methodology and security mechanisms): dis. Sumy, Ukr. akad. bank. affairs of the National Bank. Bank of Ukraine, 2011.
9. Sholoiko, A. S. "Ensuring the stability of the insurance market of Ukraine." *Bulletin of the Academy of labor, social relations and tourism*, no. 4, 2018, pp. 31-41.
10. Regulations on mandatory criteria and standards of capital adequacy and solvency, liquidity, profitability, asset quality and risk of the insurer's operations from 07.06.2018 № 850
11. About the National program of adaptation of the legislation of Ukraine to the legislation of the European Union. List of acts of legislation of Ukraine and the acquis of the European Union in the priority areas of adaptation. Law of Ukraine № 1629-IV of 18.03.2004
12. On insurance. Law of Ukraine № 1909-IX of 18.11.2021. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/1909-20#Text Accessed 10 May 2022.
13. On insurance. Law of Ukraine of March 7, 1996 № 85/96 – VR. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-вр#Text. Accessed 10 May 2022.
14. On Financial Services and State Regulation of Financial Services Markets: Law of Ukraine of July 12, 2001 № 2664-III The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14#Text Accessed 10 May 2022.
15. Prutz, R.Y. "Determining the factors of financial stability of the insurance company." *69th Student Scientific and Technical Conference. Section "Economics and Management": a collection of abstracts*. Lviv, Lviv Polytechnic Publishing House, 2011, pp.589–591.
16. On approval of the Requirements for the organization and operation of the risk management system of the insurer" from 04.02.2014 № 295. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0344-14#Text Accessed 10 May 2022.
17. On approval of the Requirements for regular stress testing by insurers and disclosure of information on key risks and results of stress tests" Order dated 13.02.2014 № 484. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0352-14#Text Accessed 10 May 2022.
18. On approval of Recommendations on the analysis of the activities of insurers. Order of the State Commission for Regulation of Financial Services Markets of Ukraine dated 17.03.2005 N 3755. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/rada/show/v3755486-05#Text Accessed 10 May 2022.

19. On Approval of the Regulations on the State Register of Financial Institutions. Order of the State Commission for Regulation of Financial Services Markets of Ukraine №41 of August 28, 2003.
20. On approval of the Procedure for application by the State Commission for Regulation of Financial Services Markets of Ukraine of fines for non-compliance (improper compliance) with the Law of Ukraine" On prevention and counteraction by criminal means. Order of the State Commission for Regulation of Financial Services Markets dated 13.11.2003 №120.
21. On the Procedure for Forming the Statutory Fund of a Securities Insurer. Order of the State Commission for Regulation of Financial Services Markets of Ukraine of November 13, 2003 №124.
22. On approval of the License conditions for insurance activities. Order of the State Commission for Regulation of Financial Services Markets №40 of 28.08.2003.
23. Stasiuk, L. "Analysis of liquidity and solvency indicators on the example of "KhZKPU" Prygma-Press." *Galician Economic Bulletin*, vol. 44, no.1, 2014, pp. 154-161.
24. Solvency II, Working papers Policy issues for Solvency II - Possible amendments to the Framework for Consultation MARKET/2505/05, 15.04.2005, Annex to document MARKET/2505/05. EC.EUROPA, [ec.europa.eu/ internal_market /insurance/solvency2/ workpapers_en.htm/](http://ec.europa.eu/internal_market/insurance/solvency2/workpapers_en.htm/) Accessed 10 May 2022.

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО, ГОТЕЛЬНОГО ТА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

УДК 338.48:355

doi: 10.15330/apred.2.18.206-217

Барвінок Н. В.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВОЄННОГО ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ЗАКІНЧЕННЯ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини,
кафедра технологій та організації туризму і
готельно-ресторанної справи,
вул. Садова, 2, Умань, Черкаська обл.,
20300, Україна,
тел.: +380671071971,
e-mail: barvinok.n@udpu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-6661-4780

Анотація. У статті розглядаються питання перспектив та значення розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни, що в подальшому може стати одним із важливих напрямів патріотичного виховання молодого покоління українців та висвітлення масштабності подій війни на у світовому просторі. Вплив воєн і конфліктів завжди негативно позначається на туристичній сфері, проте об'єкти, що залишаються після таких подій можуть слугувати розвитку такому напрямку туризму як воєнний туризм, привертаючи до себе увагу як внутрішніх, так і міжнародних туристів. Метою статті є дослідження та обґрунтування воєнного туризму як важливого чинника розвитку туризму в Україні у післявоєнний період, та виділення основних туристичних ресурсів, які є основою для організації воєнного туризму. Для досягнення мети було використано діалектичний метод пізнання, методи аналізу, синтезу та порівняння, системний, абстрактно-логічний, метод моделювання, графічний метод та системно-структурний метод. Теоретичну базу дослідження складають наукові роботи вітчизняних і зарубіжних вчених щодо розвитку воєнного туризму та туризму в цілому та результати власних наукових досліджень. У статті на базі опрацьованих літературних джерел зарубіжних та вітчизняних науковців щодо структури воєнного туризму було виявлено, що немає уніфікованої структури, а кожен автор надає своє бачення щодо напрямів розвитку структурних елементів. Досліджено воєнний туризм, а саме, його структурний елемент – воєнно-історичний туризм, які різновид туризму, метою якого є відвідування місць пов'язаних з воєнними подіями та об'єкти, що утворились внаслідок війни. Обґрунтовано та сформульовано основні аспекти розвитку воєнного туризму після закінчення російсько-української війни і встановлено, що на території України потрібно встановлювати пам'ятники, меморіали, музеї пов'язані з воєнними подіями, а також створювати маршрути пам'яті. Запропоновані пріоритетні напрями розвитку воєнного туризму та виділено значення розвитку такого виду туризму для патріотичного виховання молодого і дорослого покоління України.

Ключові слова: воєнний туризм, воєнно-історичний туризм, туристично-ресурсна база воєнного туризму, оборонні споруди, місця битв, музеї, меморіали, туризм пам'яті.

Barvinok N. V.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF MILITARY TOURISM ON THE TERRITORY OF UKRAINE AFTER THE END OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

Pavlo Tychna Uman State

Pedagogical University,
Department of Technology and Organization
of Tourism and Hotel and Restaurant Business,
Sadova str., 2, Uman, Cherkasy reg.,
20300, Ukraine,
tel.: +380671071971,
e-meil: barvinok.n@udpu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-6661-4780

Abstract. The article considers the prospects and importance of military tourism in Ukraine after the Russian-Ukrainian war, which may become one of the important areas of patriotic education of the younger generation of Ukrainians and highlight the scale of the war in the world. The impact of wars and conflicts always has a negative impact on the tourism sector, but the facilities that remain after such events can serve the development of such tourism as military tourism, attracting the attention of both domestic and international tourists. The aim of the article is to study and substantiate military tourism as an important factor in the development of tourism in Ukraine in the postwar period, and to identify the main tourist resources that are the basis for the organization of military tourism. To achieve this goal, the dialectical method of cognition, methods of analysis, synthesis and comparison, system, abstract-logical, modeling method, graphic method and system-structural method were used. The theoretical basis of the study consists of scientific works of domestic and foreign scientists on the development of military tourism and tourism in general and the results of their own research. In the article on the basis of the processed literary sources of foreign and domestic scientists on the structure of military tourism it was found that there is no unified structure, and each author provides his vision of the development of structural elements. Military tourism has been studied, namely, its structural element - military-historical tourism, which is a type of tourism, the purpose of which is to visit places related to military events and facilities created as a result of the war. The main aspects of the development of military tourism after the Russian-Ukrainian war are substantiated and formulated, and it is established that monuments, memorials, museums related to military events should be erected in Ukraine, as well as memorial routes should be created. The priority directions of development of military tourism are offered and the value of development of such kind of tourism for patriotic education of young and adult generation of Ukraine is allocated.

Key words: Military tourism, military-historical tourism, tourist-resource base of military tourism, fortifications, battlefields, museums, memorials, tourism of memory.

Вступ. Після здобуття Україною незалежності у 1991 році туристична сфера країни почала активно відновлюватись і стала однією з перспективних галузей економіки, враховуючи навіть той факт що туристично-рекреаційний потенціал країни використовувався не в повному обсязі, а збільшення туристичних потоків з кожним роком [15].

Ситуація щодо кількості туристичних потоків погіршилася у 2014 році, причиною чого стала окупація російською федерацією Автономної республіки Крим та частин Донецької і Луганської областей, а також розв'язання російсько-української війни. Крім того, не найкращим чином на туристичній сфері відобразились карантинні обмеження пов'язані з розповсюдженням вірусу COVID-19.

Найболіснішим викликом для туристичної сфери, та і для всієї країни в цілому, стало повномасштабне вторгнення росії на територію України 24 лютого 2022 року. Такий розвиток подій щодо продовження російсько-української війни призвів до кардинального зменшення, а в деяких регіонах зникнення, туристичних потоків, що в свою чергу негативно позначилось і на економіці країни.

На сьогоднішній день в умовах війни туризм в Україні зазнає величезних втрат як зі сторони турпотоків, яких майже нема, так і зі сторони втрат туристично-рекреаційного потенціалу територій, які потрапили під окупацію та постраждали внаслідок бойових дій. На відновлення туристичної сфери в післявоєнний період

потрібні будуть колосальні капіталовкладення та активне сприяння туристичним потокам, щоб якомога швидше відновити та відбудувати туристичну сферу.

Враховуючи досвід країн, які пройшли шлях відновлення після воєн, Україна матиме перспективи відновлення туристичної сфери, та появи і поширення нових видів туризму, пов'язаних з воєнними діями, що відбувались, та пам'яттю всіх постраждалих. Для розвитку воєнного туризму крім об'єктів, що утворились під час російсько-української війни, що почалась ще у 2014 році, є маса об'єктів, що збереглись ще за часів попередніх воєн.

Постановка завдання. Різним аспектам розвитку туризму у післявоєнний період присвячені роботи як закордонних, так і вітчизняних дослідників, серед яких К. Вебстер, С. Іванов [4], З. А. Косуха [6], І. М. Шамара, М. Г. Савченко [16], М. Метревелі, Д. Тімоти [2] та інші. Поняття «воєнний туризм» або «мілітарний туризм», як перспективний вид туризму у післявоєнний період зустрічається у дослідженнях Г. М. Заваріки, [5], Д. Каднічанського, М. Каднічанської [8], І. Г. Смирнов [13], С. Є. Сардак, С. В. Таран [12] та інших.

Зазначеними авторами було розглянуто вплив воєн та конфліктів на розвиток туристичної сфери в країні, на створення нового туристично-рекреаційного потенціалу та розвиток нових видів туризму у післявоєнний період. Описаний розвиток нових напрямів туризму, таких як «воєнний туризм» або «мілітарний туризм», які ґрунтуються на використанні туристичних ресурсів, які виникли в місцях та в процесі ведення активних бойових дій. Досліджено шляхи відновлення та спрямування туристичної сфери у країнах, які постраждали від ведення бойових дій на їх території та відновили і вивели на новий рівень туристичну сферу у післявоєнний період. Однак, у сучасній літературі нема обґрунтування розвитку воєнного туризму на території України у післявоєнний період, а тим більше, шляхів організації такого туризму, як актуального напрямку для виведення сфери туризму із кризи спричиненої воєнними діями. Це зумовлює необхідність подальших досліджень у сфері воєнного туризму, як важливого чинника розвитку туристичної сфери України у післявоєнний період.

Метою статті є дослідження та обґрунтування воєнного туризму як важливого чинника розвитку туризму в Україні у післявоєнний період, та виділення основних туристичних ресурсів, які є основою для організації воєнного туризму.

Досягнення мети дослідження вимагає рішення наступних **завдань**:

- розглянути воєнний туризм, як різновиду туризму, метою якого є відвідування місць пов'язаних з воєнними подіями;
- визначити та структурувати основні підвиди воєнного туризму;
- розглянути туристично-рекреаційний потенціал воєнного туризму, що є важливою складовою розвитку туризму;
- виявити тенденції щодо розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни;
- обґрунтувати і сформулювати основні аспекти розвитку воєнного туризму після закінчення російсько-української війни.

У процесі дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання, які дозволили комплексно підійти до вирішення поставленої мети та завдань. Для досягнення мети було використано діалектичний метод пізнання з метою вивчення і деталізації об'єкта вивчення та логічного узагальнення і систематизації основних принципів та понять. Для розгляду воєнного туризму було використано методи аналізу, синтезу та порівняння. Для виявлення основних тенденцій розвитку воєнного туризму було застосовано системний, абстрактно-логічний та метод моделювання. Для наочного представлення матеріалів та схематичного зображення теоретичних та практичних результатів дослідження було використано графічний

метод. Для теоретичного узагальнення результатів дослідження та формування висновків використано системно-структурний метод. Теоретичну базу дослідження складають наукові роботи вітчизняних і зарубіжних вчених щодо розвитку воєнного туризму та туризму в цілому та результати власних наукових досліджень.

Результати. Суспільство впродовж всього свого існування боролось за ресурси, що було причиною виникнення численних воєн, які описані або не описані в історії. Ще з глибини віків на всіх територіях, де тільки існувало суспільство, в тому числі і на території України, залишились численні оборонні споруди, місця битв, різні види озброєння різних часів. З огляду на наведене туризм, пов'язаний з відвідуванням таких об'єктів, набув певної популярності вже сьогодні.

На сьогоднішньому етапі розвитку подій на території України продовжують утворюватись ресурси, які будуть основою для розвитку воєнного туризму в майбутньому. Початок російсько-української війни ще у 2014 році (анексія АР Криму, окупація Донецької та Луганської областей та проведення там активних бойових дій) та повномасштабне вторгнення росії на територію України 24 лютого 2022 року стали причиною масштабних руйнувань міст та сіл, створення оборонних споруд, виникнення певних ландшафтних утворень в процесі активних бойових дій (вибухи, випалювання, затоплення тощо), залишків зруйнованої зброї та масштабні поховання постраждалих, що викликає цікавість та бажання вшанувати всіх постраждалих під час війни у великій кількості людей.

Проте, в туризмознавстві нема єдиного підходу щодо визначення воєнного туризму, класифікації його підвидів та визначення ресурсного забезпечення, яке буде основою у його забезпеченні.

Д. Вентера у своїх дослідженнях мілітарний туризм розглядає як «туризм військової спадщини» (military heritage tourism) – це подорожі, дослідження або участь у відвідуванні об'єктів воєнної спадщини чи військових заходів, які мають особисте історичне значення, резонанс чи інтерес для відвідувача або туриста, і не передбачають винагороди [3].

М. Храсовскі та К. Ноерес досліджуючи мілітарний туризм вказують, що це відпочинок, який має військове підґрунтя. Автори виділяють дві складові цього виду туризму: перша – це все, що стосується військового обладнання і розглядаються як сегмент пригодницького туризму, друга – це те що концентруються на історичних подіях і належать більше до освітнього сегменту туризму [1].

А. Мельник визначає військовий туризм як різновид туризму, метою якого є відвідування місцевості, пов'язаної з військовими та воєнними діями [10, 11].

М. П. Кляп та Ф. Ф. Шандор вказують про існування військового туризму (воєнний туризм, мілітарний туризм, зброярський туризм) як різновиду туризму, метою якого є відвідування місцевості, що пов'язана з військовими та воєнними подіями і виділяють певні підвиди (рис. 1) [18].



Рис. 1. Підвиди військового туризму за М. П. Кляп та Ф. Ф. Шандор
Fig. 1. Subspecies of military tourism according to M. P. Klyar and F. F. Shandor
Джерело: Розробка автора на основі [18]

Інші науковці В. Кушнар'єв та О. Поліщук із військовим туризмом ототожнюють мілітарі-туризм і описують його як частину сегменту спеціалізованого туризму, що містить елементи розважального, пригодницького, екстремального та пізнавально-історичного туризму, та включає в собі продукти, які стосуються військового обладнання та знання історичних подій. Також вони виокремлюють інші підвиди цього виду туризму (рис. 2) [9].

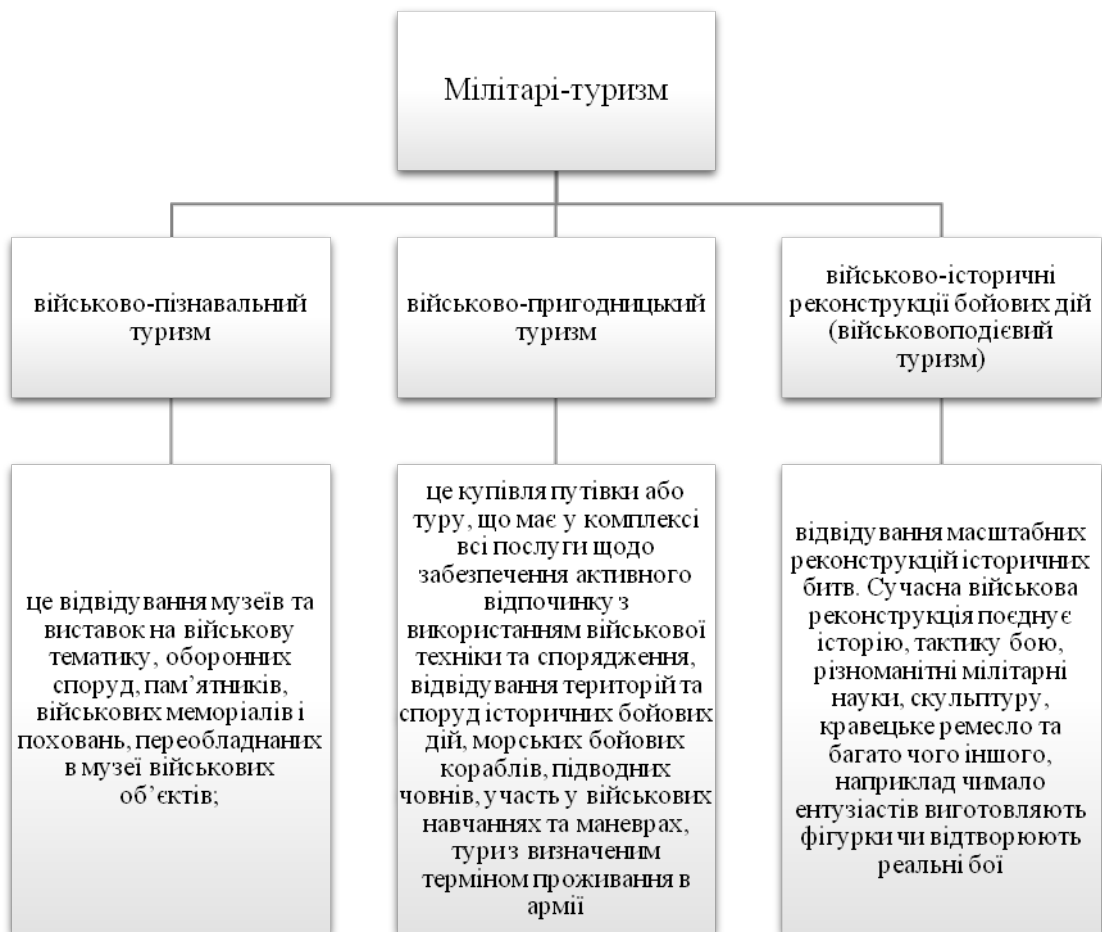


Рис.2. Підвиди мілітарі-туризму за В. Кушнар'єв та О. Поліщук
Fig.2. Subspecies of military tourism according to V. Kushnaryov and O. Polishchuk
Джерело: Розробка автора на основі [9].

Проте, Д. Каднічанський та М. Каднічанська розмежовують поняття «воєнний» та «військовий» і вказують, що поняття «воєнний» (стосується війни, пов'язаний з нею) є набагато ширшим за «військовий» (стосується війська, військово-службовця) [8].

А пріоритетним об'єктом для розвитку туризму є саме війна та її наслідки, тому і туризм, який має місце на основі воєнних подій та має більш широкий спектр ресурсного забезпечення має називатись воєнним.

Вони пропонують пропонують загальний вид туризму, пов'язаний із відвідуванням воєнно-історичних та військових об'єктів, називати мілітарним (воєнним) туризмом. В свою чергу, мілітарний (воєнний) туризм, на думку вчених, слід розділити на три групи: воєнноісторичний, військовий (військово-пригодницький) та військовоподієвий (рис.3) [8].



Рис.3. Класифікація воєнного (мілітарного) туризму за Д. Каднічанським та М. Каднічанською

Fig.3. Classification of military (military) tourism by D. Kadnichansky and M. Kadnichanska

Джерело: [8].

Опираючись на вище наведений матеріал на нашу думку найбільш детальною є класифікація воєнного туризму, яку наводять Д. Каднічанський та Д. Каднічанська, розділяючи воєнно-історичний, військово-пригодницький та військово-подієвий види туризму. Враховуючи різницю між ресурсним забезпеченням, яке є необхідним для організації та розвитку цих видів туризму, зауважимо, що саме для воєнно-історичного туризму є характерним відвідування оборонних споруд, місць битв, пам'ятників, військових поховань, меморіальних комплексів та музеїв. Тому, враховуючи активні воєнні дії, які на сьогоднішній день відбуваються на території України, масові руйнування населених міст і сіл, масові поховання населення та військових, що боронили цю територію, створення братських могил, оборонні споруди та місця найзначущіших битв в післявоєнний період будуть мати важливе значення для розвитку саме такого напрямку воєнного (мілітарного) туризму як воєнно-історичний туризм.

В зонах ведення активних бойових дій в російсько-українській війні на території України створюється велика кількість оборонних споруд, які відіграють важливе місце у збереженні життя військових та в перебігу битв. Варто зауважити, що кожна така оборонна споруда вже супроводжується, а в майбутньому буде ще більше, історіями перебігу битв та збереження життя або жителів, або військових. Такі оборонні об'єкти ввійшли в історію як фортеці і в післявоєнний період мають стати історичними

пам'ятками, що крізь роки передаватимуть пам'ять про силу та мужність українських захисників, які незламно стояли на захисті не однієї фортеці, а всієї України.

До таких оборонних споруд варто віднести блокпости, траншеї, бліндажі, які відіграли важливу роль в обороні населених пунктів чи стратегічних об'єктів та займають не останнє місце в історії перебігу війни. Повне право називатись оборонним об'єктом має і металургійний комбінат в Маріуполі «Азовсталь», де впродовж декількох місяців облаштувавшись переховувались та проживали значна кількість мирного населення міста, а бійці полку «Азов» впродовж 82 днів тримали його оборону, завдяки чому українська армія змогла перегрупуватися, підготувати більше особового складу та отримати велику кількість озброєння від країн-партнерів [16].

Ще одним важливим оборонним об'єктом, про який не варто забувати, є Донецький аеропорт, оборона якого розпочалася 26 травня 2014 року, після того, як бойовики захопили інфраструктуру, і ЗСУ провели спецоперацію із зачистки території. Після цього бійці протягом 242 днів захищали об'єкти ДАПу. Оборона ДАП тривала всього на тиждень менше, ніж оборона Севастополя під час Другої світової війни, і набагато довше, ніж оборона Брестської фортеці [7]. 3 січня 2015 року впала вежа Донецького летовища, на якій майорів український стяг, після чого з'явився вислів: «Люди вистояли – не вистояв бетон».

Оборонною спорудою із тисячолітньою історією, яка також взяла участь в перебігу російсько-української війни є Змієві вали під Білогірською (Київська область, Бучанський район), які російська ворожа армія не змогла форсувати. Змієві вали в українсько-російській війні почали називати давньоруськими оборонними системами проти Орди з гарантією 2000 років [14].

В організації воєнно-історичного туризму не останнє місце займають місця битв, особливо, якщо це місця найбільших кривавих баталій, де відбулися певні історичні переломні моменти. Проте, враховуючи довоєнний розвиток воєнно-історичного туризму, таким місцям виділялось не особливе місце, і максимально, що можна було там побачити – це захований у кущах пам'ятний знак. Проте, мандрівки такими місцями мають особливе значення у відтворенні звичаїв та мужності захисників України, тому важливо в таких місцях встановлювати меморіали, музеї, де буде збережено та відтворено більш детально історичні події та битви, що відбувались у цій місцевості.

В ході російсько-української війни особливе місце ще з 2014 року займають бої за Дебальцеве, за Донецький аеропорт, за Іловайськ (Іловайський котел), за Маріуполь, за Слов'янськ, за Краматорськ та інші. В 2022 році в період повномасштабного вторгнення росії на територію України географія таких боїв розширилась, і на сьогоднішній день такі бої можна виділити в Київській, Чернігівській, Харківській, Донецькій, Луганській, Миколаївській, Херсонській, Запорізькій областях і т. д., варто виділити з цього переліку бій під Северодонецьком та за Маріуполь. Важливе місце тут також займає Чорнобаївка, яка і до російсько-української війни була сповнена переказами та історіями про перемоги українського війська (козаків), а сьогодні є об'єктом перемог, де вчергове українські війська розгромлюють війська та боєприпаси окупаційної армії.

Звичайно, кожна війна, а тому і місця проведення важливих битв завжди супроводжуються жертвами, тому створення пам'ятників, братських могил, поховань, меморіалів завжди мають місце. Такі об'єкти мають є надзвичайно важливими, адже несуть історичне значення в збереженні та вшануванні пам'яті як загиблих та постраждалих, так і подій, що тут відбувались в цілому.

Також меморіальні комплекси – це важливі об'єкти для вшанування пам'яті постраждалих мирних жителів, роль яких показати страшні наслідки війни та масовість

несправедливого вбивства. Створення таких меморіальних комплексів у майбутньому в Бучі, Ірпені, Бородянці, Гостомелі, Охтирці, Ізюмі, Маріуполі та інших місцях має показати всьому світові жорстокість війни, незважаючи на цивілізований світ та прогресивний розвиток та застерегти від подальших наслідків розвитку авторитарного режиму в країнах світу. Варто врахувати, що значна частина населених пунктів на сьогоднішній день ще знаходиться під окупацією, тому повністю ситуація щодо постраждалого населення є невідомою, що свідчить про те, що таких населених пунктів та кількості постраждалих може бути набагато більше.

Зауважимо, що музеї пам'яті російсько-української війни мають продовжувати створюватись (частина вже є створеною починаючи з 2014 року) та існувати не тільки в місцях, де відбувались активні бойові дії, але і по всій Україні, адже до перемоги докладають сил абсолютно всі українці, а серед постраждалих є військові і жителі абсолютно всіх областей України.

Метою військово-історичного туризму у післявоєнний період має бути вшанування пам'яті всіх постраждалих та демонстрація українцям і всьому світу наслідків та жорстокості російсько-української війни, яка триває ще з 2014 року. Крім того, саме через історичну пам'ять про воєнні події має відбуватись патріотичне виховання як молоді так і дорослого покоління задля формування особистості, наділеної громадянською відповідальністю, національною самосвідомістю, високими духовними цінностями, родинними і патріотичними почуттями.

Виховний процес має відбуватись через відвідування таких місць, проведення інформаційно-просвітницьких виховних годин, зустрічі з учасниками бойових дій, так і через залучення молоді та дорослого покоління співпраці із музеями. Адже, створення пам'яті про воєнні події та виховання соціально відповідального та патріотично спрямованого майбутнього покоління – завдання всього українського народу і кожного жителя окремої місцевості.

Воєнно-історичний туризм тісно пов'язаний з туризмом пам'яті, адже ґрунтується на пам'яті та вшануванні всіх постраждалих та подій, які відбувались на тій чи іншій території. Розвиток військово-історичного та туризму пам'яті мають відбуватись невід'ємно і нероздільно один від одного, що сприятиме детальнішому вивченню всіх подій та залученню якомога більшої кількості туристів.

Для сприяння розвитку такого виду туризму в післявоєнний період варто виділити напрями діяльності, що будуть сприятливими для цього процесу:

- підтримка розвитку військово-історичного туризму державою;
- залучення іноземних інвесторів;
- запровадження засобів Інтернет-технологій для поширення інформації про нові об'єкти військово-історичного туризму пам'яті, що сприятиме більшій обізнаності туристів;
- створення максимального балансу «ціна-якість» на ринку туристичних послуг, що відіграватиме важливу роль у розвитку військово-історичного туризму;
- створення маршрутів пам'яті, які будуть включати низку об'єктів військово-історичного туризму;
- проведення на базі об'єктів військово-історичного туризму масові заходи пам'яті про воєнні події спрямовані на патріотичне виховання населення.

Враховуючи, розвиток військово-історичного туризму, ресурсною базою для якого були попередні воєнні дії в Україні, та виникнення і створення нових об'єктів після російсько-української війни, що триває ще від 2014 року, такий вид туризму має активно розвиватись на території України. А підвищення зацікавленості до воєнних подій, що відбуваються в Україні сьогодні, населення інших країн, говорить про тенденцію до збільшення туристів на території України після закінчення війни і

створення безпечних умов для перебування міжнародних туристів на території країни. Розвиток такого виду туризму має ще більше привернути увагу світової спільноти до подій та їх масштабів, що відбуваються в Україні.

Висновки. Отже, в умовах сьогодення воєнний туризм – це той вид туризму, який в майбутньому має привертати увагу не лише українців, але світової спільноти, про що свідчить уже сьогоднішня зацікавленість закордону до воєнних подій, що відбуваються в Україні, та і до України в цілому. У статті зазначено, що воєнний туризм, як різновид туризму, метою якого є відвідування місць пов'язаних з воєнними подіями, в Україні має значну туристично-ресурсну базу, крім того, ця база збільшується і розширюється, враховуючи події російсько-української війни, яка на сьогоднішній день ще триває.

Визначення та структурування основних підвидів воєнного туризму підтверджує факт, що після війни найбільш перспективним може бути розвиток воєнно-історичного туризму, який ґрунтується на відвідування оборонних об'єктів, меморіальних комплексів, музеїв, місць битв, місць масових поховань тощо. Про це свідчить збільшення вище названих об'єктів під час ведення воєнних дій на території країни.

Виявлено тенденції щодо розвитку воєнного (а саме, воєнно-історичного туризму) на території України, про що свідчить вже сьогоднішня зацікавленість світової спільноти до подій, що відбуваються в Україні, безперервній матеріальній допомозі та моральній підтримці зі сторони закордону. Для того, щоб такий вид туризму був успішно реалізований перед українським суспільством і державою постає завдання привернути увагу якомога більшої кількості потенційних туристів до цього виду туризму. Для набуття престижу воєнний туризм має стати засобом для ознайомлення з воєнно-історичною спадщиною народу і держави, що слугуватиме інструментом патріотичного виховання майбутнього покоління. Воєнний туризм в Україні може і повинен стати джерелом поповнення державного і місцевих бюджетів та одним із джерел фінансування розвитку туризму та економіки країни в цілому.

Обґрунтовано і сформульовано основні аспекти розвитку воєнного туризму після закінчення російсько-української війни, які мають бути пов'язані зі створенням об'єктів пам'яті, маршрутів пам'яті, меморіалів, музеїв, пам'ятників. Невід'ємною частиною такого туризму має бути проведення на базі таких об'єктів заходів, що пов'язані з воєнними подіями, пам'ятних днів, метою яких має бути патріотичне виховання молодого і дорослого покоління.

1. Hrusovsky M., Noeres K. Military tourism. *The Long Tail of Tourism: Holiday Niches and their Impact on Mainstream Tourism*. 2011. P. 87–94.
2. Metreveli M., Timothy D.J. Effects of the August 2008 War in Georgia on Tourism and its Resource. *Tourism, progress and peace*. 2010. P. 134-148.
3. Venter D. Examining military heritage tourism as a niche tourism market in the South African context. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Volume. 2017. № 6 (1)
4. Webster, C., Ivanov, S. Tourism as a force for political stability. *International Handbook on Tourism and Peace*, Drava Verlag, Klagenfurt, Austria, 2014. P. 167-180.
5. Zavarika G. M. Military tourism as a peculiarity of tourism development in a post-conflict territory. *Journal of geology geography and geoecology*. 2022. 31 (1). pp.186-193. DOI: <https://doi.org/10.15421/112218>.
6. Зейд А. Кассуха Постконфліктні туристичні ландшафти: між спадщиною конфлікту та гібридизацією туристичної діяльності. *Open edition journals*. 2019. DOI: <https://doi.org/10.4000/viatourism.3984>.
7. ІА «Вчасно». URL: <https://vchasnoua.com/donbass/68312-vony-vystoialy-ne-vystoiav-beton-sohodni-v-ukraini-den-pamiati-zakhysnykiv-donetskoho-aeroportu>. (дата звернення: 22.05.2022).

8. Каднічанський Д., Каднічанська Н. Мілітарний туризм: проблематика термінології та класифікації. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід: матеріали XIV Міжнародної наукової конференції.*(Львів, 9 жовтня 2020 р.). Львів, 2020. С. 132-138.
9. Кушнар'ов В., Поліщук О. Мілітарі-туризм як інноваційний напрямок екстремального та пізнавально-розважального туризму. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв.* 2018. №1. С. 107–118.
10. Мельник А. Нестандартні види туризму. Особливості функціонування військового туризму. *Краєзнавство, географія, туризм.* 2012. № 16. С. 3–5.
11. Мельник А. Нестандартні види туризму: особливості функціонування військового туризму. Київський збірник наукових праць Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2011. № 33. С. 350–353.
12. Сардак С. Е., Таран С. В. Потенціал «темного» туризму в країнах Європи. *Економіка і суспільство.* 2018. № 18. С. 27-34
13. Смирнов І. Г. Регіональний аналіз ресурсної бази для розвитку військового туризму у США. *Сучасний стан та перспективи розвитку економіки, обліку, фінансів та управління в Україні та світі: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції* (Полтава, 14 листопада 2017 р.). Полтава: ЦФЕНД, 2017. С. 135-138
14. Тисяча років гарантії. Як Змієві вали захищали нашу землю за часів Русі і сьогодні. URL: https://lb.ua/society/2022/04/05/512325_tisyacha_rokiv_garantii_yak_zmiievi_vali.html. (дата звернення: 22.05.2022).
15. Туристичний барометр України. Київ. 2020. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-barometer-2020.pdf> (дата звернення: 22.05.2022).
16. Українаінформ: офіційний сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/tag-azovstal>. (дата звернення: 22.05.2022).
17. Шамара І. М., Савченко М. Г. Вплив політичної нестабільності на розвиток туризму в країнах Близького Сходу. *Вісник ХНТ імені В. Н. Каразіна.* Харків. 2019. Вип. 10. С. 219-226.
18. Шандор Ф. Ф., Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму: підручник. Київ: Знання, 2013. 334 с

References

1. Hrusovsky, M., and K.Noeres. "Military tourism." *The Long Tail of Tourism: Holiday Niches and their Impact on Mainstream Tourism*, 2011, pp. 87–94.
2. Metreveli, M., and D.J. Timothy. "Effects of the August 2008 War in Georgia on Tourism and its Resource." *Tourism, progress and peace*, 2010, pp. 134-148.
3. Venter, D. "Examining military heritage tourism as a niche tourism market in the South African context." *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, no. 6 (1), 2017.
4. Webster, C., and S. Ivanov. "Tourism as a force for political stability." *International Handbook on Tourism and Peace*. Drava Verlag, Klagenfurt, 2014, pp. 167-180.
5. Zavarika, G. M. "Military tourism as a peculiarity of tourism development in a post-conflict territory." *Journal of geology geography and geocology*, no. 31 (1), 2022, pp.186-193. DOI: <https://doi.org/10.15421/112218>. Accessed 22 May 2022.
6. Zeid, A. Kassouha. " Post-conflict tourist landscapes: between the heritage of conflict and the hybridization of tourism activity." *Open edition journals*. DOI: <https://doi.org/10.4000/viatourism.3984>. Accessed 22 May 2022.
7. ІА "On time", vchasnoua.com/donbass/68312-vony-vystoialy-ne-vystoiav-beton-sohodni-v-ukraini-den-pamiati-zakhysnykiv-donetskoho-aeroportu. Accessed 22 May 2022.
8. Kadnichansky, D., and N. Kadnichanska. "Military tourism: issues of terminology and classification." *Geography, Economics and Tourism: National and International Experience: Proceedings of the XIV International Scientific Conference*, 2020, pp. 132-138
9. Kushnaryov, V., and O.Polishchuk. "Military tourism as an innovative direction of extreme and cognitive-entertaining tourism." *Bulletin of the Kyiv National University of Culture and Arts*, no 1, 2018, pp. 107–118.
10. Melnik, A. "Non-standard types of tourism." *Features of the functioning of military tourism. Local lore, geography, tourism*, no 16, 2012, pp. 3–5.
11. Melnyk, A. "Non-standard types of tourism: features of military tourism." *Kyiv collection of scientific works of the Military Institute of the Taras Shevchenko National University of Kyiv*, no. 33, 2011, pp. 350–353.
12. Sardak, S. E., and S. V.Taran. "The potential of "dark" tourism in Europe." *Economy and society*, no.18, 2018, pp. 27–34.

13. Smirnov, I. G. "Regional analysis of the resource base for the development of military tourism in the United States." *Current state and prospects of economic development, accounting, finance and management in Ukraine and the world: a collection of abstracts of the International Scientific and Practical Conference*, 2017, pp. 135-138
14. "One thousand year warranty. How the Serpent Shafts defended our land in the times of Russia and today." Lb.ua, lb.ua/society/2022/04/05/512325_tisyacha_rokiv_garantii_yak_zmiievi_vali.html. Accessed 22 May 2022.
15. "Tourist barometer of Ukraine." Ntoulkraine, www.ntoulkraine.org/assets/files/ntou-barometer-2020.pdf. Accessed 22 May 2022.
16. Ukraineinform, www.ukrinform.ua/tag-azovstal. Accessed 22 May 2022.
17. Shamara, I. M., and M. G.Savchenko. "The impact of political instability on tourism development in the Middle East." *Bulletin of the Karazin KhNT*, no. 10, 2019, pp. 219-226.
18. Sandor, F. F., and M. P.Klyap. *Modern types of tourism*. Kyiv, 2013.

УДК 640.4: 004.9

doi: 10.15330/apred.2.18.217-231

Кирилюк І. М.¹, Нецадим Л. М.², Благополучна А. Г.³

**ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ОСНОВНИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ
ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ**

Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра технологій та організації туризму і
готельно-ресторанної справи,
вул. Садова, 2, м. Умань,
20300, Україна,
¹тел: +380974872048,
e-mail: irina_kurul@ukr.net,
ORCID ID : 0000-0001-9814-195X

²тел: +380966600611,
e-mail: n_lydmila@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0002-9555-0544

³тел: +380936530243,
e-mail: a.blagopoluchna1995@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0001-5897-0120

Анотація. Мета статті полягає у виявленні особливостей та способів впровадження й використання елементів цифровізації задля підвищення ефективної діяльності підприємств індустрії гостинності в конкурентному середовищі.

Під час дослідження були використані діалектичний та абстрактно-логічний методи, методи системного підходу, порівняння, спостереження, аналізу, синтезу, індукції, дедукції та ін.

У статті досліджено значення й роль діджиталізації в сучасних умовах розвитку інформаційного суспільства, яке формує цифрову, віртуальну реальність зі специфічними соціальними, культурними, споживчими практиками. Доведено, що використання інноваційних процесів та впровадження цифровізаційних елементів в діяльність суб'єктів індустрії гостинності в значній мірі сприяють підвищенню її ефективності та задоволенню вимог споживачів у умовах сучасних викликів.

Охарактеризовано сукупність обставин, що вказують на необхідність використання інтернет-технологій для успішного просування послуг індустрії гостинності на ринку. Проаналізовано позитивний та негативний вплив процесів цифровізації на розвиток індустрії гостинності, діяльність якої спрямована на задоволення різноманітних як індивідуальних, так і колективних потреб споживачів. Доведено, що в сучасних умовах мережа інтернет є важливим інструментом для успішного розвитку бізнесу, оскільки прослідковуються чіткі тенденції зростання кількості користувачів та частки інтернет-торгівлі в загальному обсязі світової торгівлі. Обґрунтовано, що цифровізація процесів організації діяльності об'єктів, управління та обслуговування споживачів послуг індустрії гостинності сприятиме формуванню єдиного інформаційного простору й підвищенню конкурентоспроможності галузі. Результати дослідження засвідчили, що переборення наявних негативних тенденцій у індустрії гостинності, які сформувалися під впливом деструктивних чинників, стане можливим за умов активного використання інновацій, серед яких особлива увага має бути приділена цифровим технологіям та інформаційному позиціонуванню індустрії гостинності в віртуальному просторі.

Ключові слова: діджиталізація, цифрові технології, електронна комерція, індустрія гостинності, інновації, інформаційні технологічні комунікації, туризм.

Kyryliuk I. M.¹, Neshchadym L. M.², Blahopoluchna A.G.³

DIGITALIZATION AS THE MAIN FACTOR OF HOSPITALITY INDUSTRY DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF MODERN CHALLENGES

Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department Technologies and Organization of
Tourism and Hotel and Restaurant Business;
Sadova str., 2, Uman,
20300, Ukraine,
¹tel.: +380974872048,
e-mail: irina_kurul@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0001-9814-195X

²tel.: +380966600611,
e-mail: n_lydmila@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0002-9555-0544

³tel.: +380936530243,
e-mail: a.blagopoluchna1995@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0001-5897-0120

Abstract. The purpose of the article is to identify features and methods of implementation and use of elements of digitalization. This will increase the efficiency of the hospitality industry in a competitive environment. During the research we used dialectical and abstract-logical methods, methods of systematic approach, comparison, observation, analysis, synthesis, induction, deduction, etc.

This article explores the importance and role of digitalization in modern conditions of information society development, which forms a digital, virtual reality with specific social, cultural, consumer practices. It has been proven that the use of innovation processes and the introduction of digitalization elements in the activities of the hospitality industry significantly contribute to improving its efficiency and customer satisfaction in today's challenges.

We have identified a set of circumstances that indicate the need to use Internet technologies to successfully promote the services of the hospitality industry in the market. The article analyzes the positive and negative impact of digitalization processes on the development of the hospitality industry, whose activities are aimed at meeting a variety of both individual and collective needs of consumers. We have proved that in modern conditions the Internet is an important tool for successful business

development, as there are clear trends in the number of Internet users and the share of Internet commerce in total world trade. The article substantiates that the digitalization of the processes of organization of facilities, management and customer service of the hospitality industry will contribute to the formation of a single information space and increase the competitiveness of the industry. We determined that overcoming the existing negative trends in the hospitality industry, which were formed under the influence of destructive factors, will be possible with the active use of innovation, among which special attention should be paid to digital technologies and information positioning of the hospitality industry in cyberspace.

Keywords: digitalization, digital technologies, e-commerce, hospitality industry, innovations, information technology communications, tourism.

Вступ. В умовах трансформації та стрімкого розвитку інформаційних технологій індустрія гостинності змушена швидко реагувати на постійні технологічні зміни, які відбуваються у всіх сферах соціально-економічного та соціально-культурного життя суспільства. Процеси цифровізації для сфери послуг особливо актуальні в сучасних умовах, оскільки щоденне використання інтернету відіграє важливу роль у повсякденному житті споживачів послуг індустрії гостинності у всьому світі. Інтернет змінив спосіб взаємодії людей та традиційні засоби комунікації. Використання нових цифрових технологій та вебсайтів значно прискорило форми людської взаємодії через онлайн-форуми, обмін миттєвими повідомленнями й соціальні мережі, які в свою чергу змінили уявлення про онлайн-комунікації та поділ особистого та публічного онлайн-простору. Стратегічна діяльність суб'єктів індустрії гостинності має бути спрямована на миттєве задоволення вимог споживачів послуг, формування та реалізацію конкурентоспроможних послуг шляхом диверсифікації та розширення напрямів їх продажу. Швидка адаптація до інноваційних змін із використанням сучасних інформаційних технологій та цифровізаційних елементів, удосконалення загальної моделі комунікацій сприяють залученню клієнтів, покращенню якості обслуговування, підвищенню конкурентоспроможності послуг. Інформаційний супровід готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, використання цифрових технологій дозволяє оптимізувати й вдосконалювати процеси виробництва послуг, змінювати форми, способи пропозиції й надання послуг, освоювати нові можливості формування конкурентоспроможних послуг.

Проблемам особливостей, необхідності застосування та впливу процесу діджиталізації на індустрію гостинності як фактора її розвитку в сучасних умовах присвячені наукові доробки багатьох відомих вчених. Зокрема, питання актуальності використання цифрових технологій як інноваційного інструменту розвитку індустрії гостинності, проблеми, пов'язані з їх впровадженням у практичну діяльність галузі досліджено в працях О. Артеменко, В. Пасічника, В. Єгорової [2], Д. Семилітко [14], К. Вільямса, І. Городник [32].

Вагомий внесок у висвітлення проблем, що пов'язані з обґрунтуванням особливостей розвитку інтерактивних та інформаційних технологій в галузі, визначенням ключових напрямків використання інформаційно-комунікативних технологій у індустрії гостинності, які сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності галузі здійснено науковцями Т. Марусей [11], В. Маховкою [12], Ю. Феленчак, І. Шевчук [17]. Питання використання інформаційних систем і технологій як інноваційного інструменту в системі управління бізнес-процесами суб'єктів господарювання індустрії гостинності та створення системи ефективних різноспрямованих комунікаційних потоків розкривають О. Грибніненко [3], Н. Юрчук [18], Г. Апельт, В. Великочій, О. Жегус, С. Філюк, М. Жумбей [19], І. Хатрі [25] та ін. Проте швидкі темпи розвитку цифрових технологій та необхідність їх активного

застосування для розвитку галузі актуалізує подальше вивчення процесу діджиталізації в індустрії гостинності.

Постановка завдання. Мета статті полягає у виявленні особливостей та способів впровадження й використання елементів цифровізації для підвищення ефективної діяльності суб'єктів індустрії гостинності в конкурентному середовищі.

Під час дослідження були використані діалектичний та абстрактно-логічний методи, методи системного підходу, порівняння, спостереження, аналізу, синтезу, індукції, дедукції та ін.

Результати. Цифровізація є основою розвитку сучасного бізнесу та одним із факторів підвищення ефективності розвитку багатьох галузей. Діджиталізація дозволяє задовольнити широкий спектр потреб клієнтів шляхом застосування персоналізованого сервісу, який здатний прогнозувати їхнє бажання. Споживачі послуг гостинності все частіше віддають перевагу онлайн платформам для бронювання готелю, столика в ресторані або квитків на транспорт, що суттєво економить їх час і дає можливість здійснити замовлення не виходячи з дому.

Дослідження наукових підходів до категорії «діджиталізація» демонструють складність цього процесу (табл.1)

Таблиця 1

Визначення терміну «діджиталізація»

Table 1

Definition of the term «digitalization»

Автор	Визначення
О. Абакуменко, Деркач А., Корнєєва М. [1]	Процес переведення певного інформаційного поля з аналогового в цифровий формат для більш легкого використання на сучасних електронних девайсах.
О. Гудзь, С. Федюнин [4]	Заснований на можливостях сучасної ІТ-індустрії процес застосування підприємствами сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для досягнення своєї мети, зорієнтований на трансформацію існуючих бізнес-процесів шляхом їх діджиталізації.
О. Грибіненко [3]	Трансформація, проникнення цифрових технологій для оптимізації та автоматизації бізнес-процесів, підвищення продуктивності та покращення комунікаційної взаємодії зі споживачами.
А. Гуренко, Гашугіна О. [5]	Процес використання цифрових технологій з одночасним поліпшенням системи обслуговування клієнтів.
De Clerck J.-P. [21]	Створення цифрової (заснованої на байтах та бітах – мінімально адресованих одиницях інформації в системах та їх складових) версії аналогових/фізичних речей типу паперових документів, відео та фотозображень, звуків тощо.
С. Король [9]	Передбачає створення системи збору, зберігання та аналізу даних, оптимізацію пошуку інформації з використанням інтернету, обробку об'ємних баз даних, застосування штучного інтелекту, інтернету речей.
Лігоненко Л., Хріпко А., Доманський А. [10]	Процес перенесення інформації в цифрову форму, тобто перетворення паперових книг на електронні, фотографії зображення на екрані і т.д.

А. Семилітко [14]	Перехід організації до нових способів мислення та роботи на основі використання соціальних, мобільних та інших цифрових технологій; зміна стилю управління, систем заохочення та прийняття нових бізнес-моделей на противагу діджитал-трансформації, яку вважає «масштабною трансформацією бізнесу», що передбачає використання цифрових технологій для бізнес-процесу, підвищення продуктивності компанії та покращення досвіду взаємодії з клієнтами.
-------------------	---

Сучасні умови невизначеності сприяли прискоренню темпів глобального процесу діджиталізації. Зокрема, впровадження обмежувальних карантинних заходів для запобігання поширенню захворюваності й соціальне дистанціювання в період пандемії COVID-19 сприяли активізації використання цифрових послуг. Значною мірою діджиталізація вплинула на сферу торгівлі та послуг внаслідок чого відбулося стрімке зростання сектора електронної комерції (рис.1).

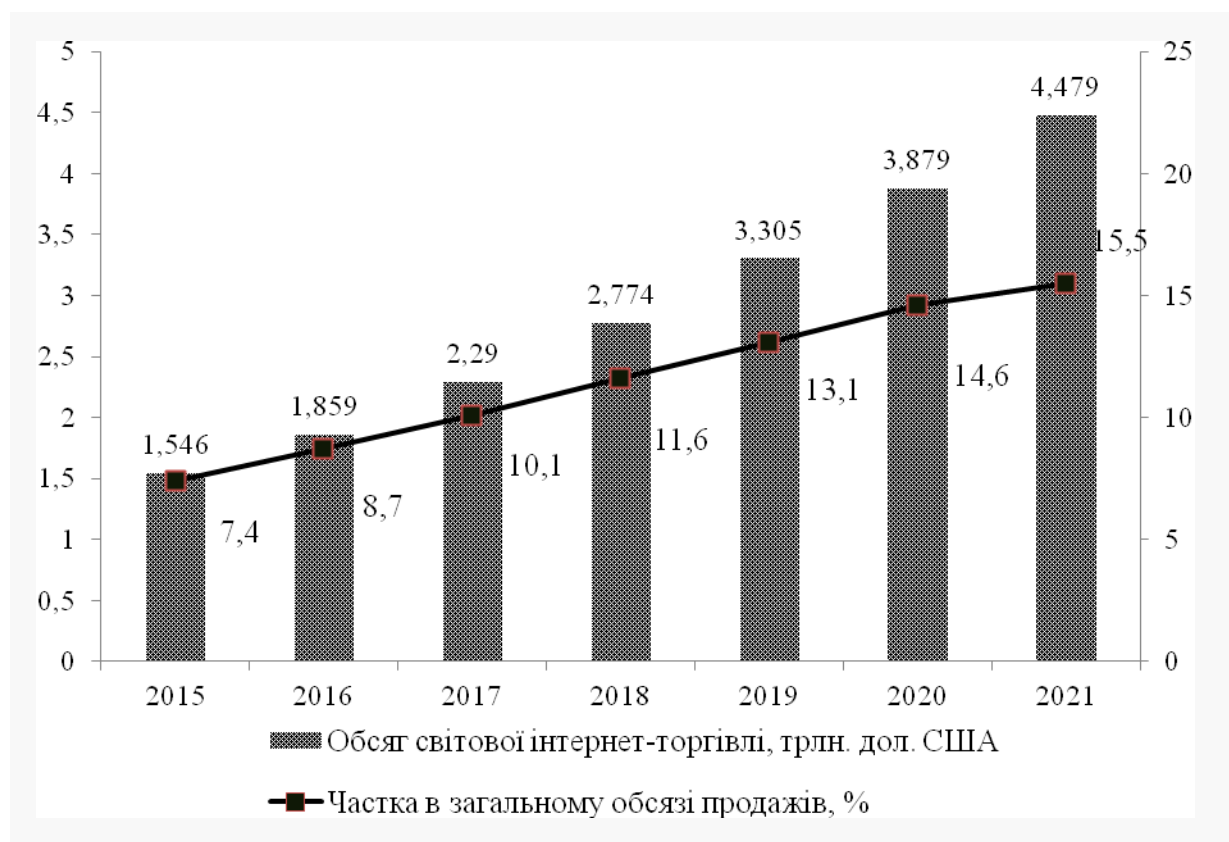


Рис. 1. Динаміка розвитку світової інтернет-торгівлі та її частка в загальному обсязі торгівлі*

Fig.1. Dynamics of development of world internet trade and its share in total trade

*Джерело: складено авторами за даними [33]

За допомогою сучасних інформаційно-технологічних комунікацій більшість трансакцій здійснюються в режимі онлайн, що дозволяє зблизити територіально віддалені країни [16, с.97]. Зазначимо, що у 2020 р. в сфері туризму та подорожей лише

35% від обсягу світового продажу послуг здійснювалося офлайн, водночас частка онлайн купівлі становила 65%.

Діджиталізація є ефективним способом для охоплення більшої кількості споживачів послуг за допомогою інтернету. Нині готельно-ресторанний і туристичний бізнес значною мірою залежить від інтернет-технологій, які інтенсивно розвиваються і впроваджуються в діяльність індустрії гостинності. Впродовж останніх років істотно підвищилася аудиторія користувачів глобальної мережі інтернет, збільшився обсяг ринку інтернет-послуг. За даними World Telecommunication у 2021 р. 4,9 млрд осіб є користувачами мережі інтернет (рис. 2).

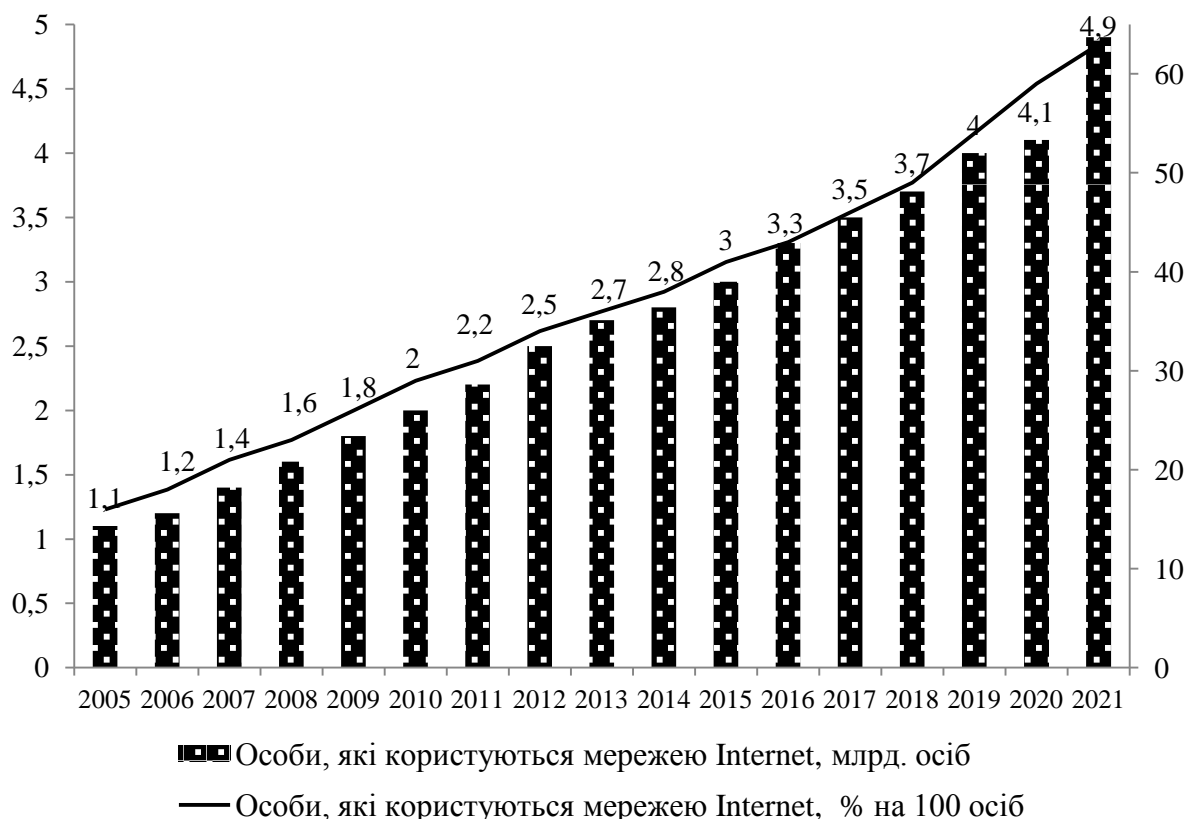


Рис. 2. Динаміка кількості інтернет-користувачів у світі, млрд. осіб*

Fig.2. Dynamics of the number of Internet users in the world, billion people

*Джерело: побудовано авторами за даними [24]

Рівень зазначеного показника у 2021 р. порівняно з 2005 р. зріс на 3,8 млрд осіб та на 900 млн осіб перевищив рівень 2020 р., що свідчить про зростання інтересу до інтернет-середовища. Підвищення продажу носіїв доступу до інтернету, можливостей інтернет-провайдерів, збільшення швидкості інтернету, стабілізація трафіку є головними чинниками розширення аудиторії користувачів мережі інтернет. Інтернет став масовим явищем із широкими бізнес-можливостями, в тому числі в галузі гостинності. Застосування інтернет-технологій істотно підвищує ефективність індустрії гостинності в цілому і піднімає бізнес на новий, більш вищий рівень розвитку.

Користування мережею інтернет відкриває додаткові можливості для всіх учасників готельно-ресторанного бізнесу та туристичного ринку, які можуть швидко розміщувати та знаходити потрібну інформацію. Для індустрії гостинності мережа інтернет є інструментом для розвитку бізнесу через створення власних сайтів та розміщення на них унікальних пропозицій, розміщення постійної порівняно недорогої

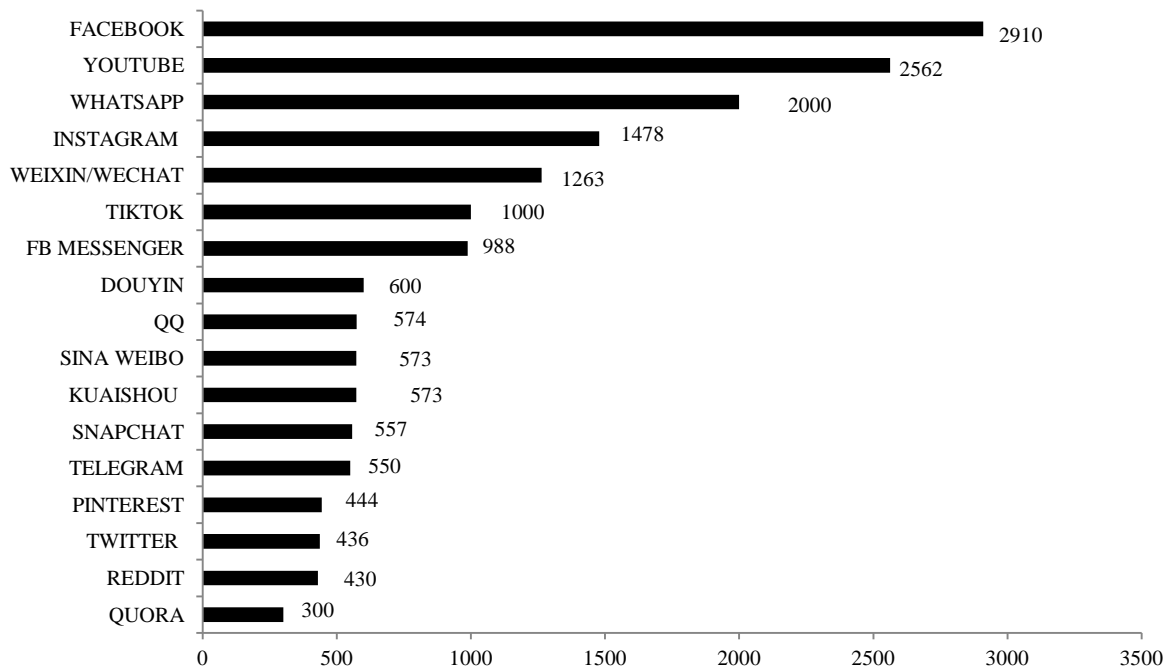
реклами, використання електронної пошти та комунікацій для співпраці з споживачами послуг, партнерами, туроператорами, готелями, транспортними компаніями, відкриття інтернет-магазинів [6, с.38]. Якісно розроблений і зручний в користуванні вебсайт дає можливість компанії збільшити кількість клієнтів, а сучасні технології дозволяють збирати дані про користувача й налаштовувати сайт відповідно до його потреб.

Споживачі послуг індустрії гостинності часто користуються інформацією, розміщеною в мережі інтернет, для огляду закладів розміщення, харчування, туристичних об'єктів, самостійного бронювання авіаквитків, готелів, автомобілів та турів, які можуть сформувати самостійно відповідно до своїх уподобань. Крім того, вони мають можливість постійно отримувати нову інформацію про тури, програми лояльності, політичну та економічну ситуацію в країнах до яких планують здійснити подорож тощо.

Слід зазначити, що одним із ефективних інструментів просування послуг індустрії гостинності, який забезпечує підприємствам оперативний зв'язок з потенційними клієнтами, сприяє зниженню витрат та зростанню прибутку є соціальні мережі. Популярність соціальних мереж помітно зростає серед інтернет-користувачів, їх використання дає змогу залучати значну аудиторію споживачів. Нині соціальними мережами користується 53,6% населення світу. Протягом останніх років спостерігається тенденція збільшення користувачів соціальних мереж, зокрема: в порівнянні з 2019 р. у 2020 р. кількість нових користувачів збільшилась на 321 млн, або 9%; у 2021 р. – на 490 млн, що становить 13%. У середньому впродовж 2020 р. до соціальних мереж кожного дня приєднувалися понад 1,3 млн нових користувачів (майже 15,5 нових користувачів за секунду) [22].

Для успішного просування послуг у соціальних мережах суб'єктам господарювання індустрії гостинності доцільно правильно вибирати цільову аудиторію, створювати унікальний контент сторінки, адаптувати свої послуги відповідно до потреб споживачів. За даними GWI за останні 5 років показник середньодобового перебування користувачів у соціальних мережах збільшився більше ніж на півгодини. Звичайний користувач віком 16–64 років щодня проводить у соціальних мережах 2 год. 25 хв, користувач віком 16–24 років майже 3 год. в день [31].

Провідні соціальні мережі зазвичай доступні кількома мовами і дозволяють користувачам спілкуватися в середовищі не обмеженому географічними кордонами, політичними й економічними умовами. Основною мотивацією користувачів соціальних мереж є пошук відповідної інформації. Варто зазначити, що саме в соціальних мережах між користувачами складається певна атмосфера довіри, яку суб'єктам індустрії гостинності варто використовувати для збільшення цільового трафіку, а поєднання інтернет-реклами та маркетингу в соціальних медіа створюють можливості для їх використання як рекламних майданчиків.



*Рис. 3. Найпопулярніші соціальні мережі в світі станом на січень 2022 р., ранжовані за кількістю активних користувачів щомісяця, млн осіб**
Fig.3. The most popular social networks in the world as of January 2022, ranked by number of active users per month, million people

**Джерело: побудовано авторами за даними [28]*

Лідируючу позицію серед соціальних мереж займає Facebook, що першою перевищила позначку в 1 млрд. зареєстрованих облікових записів. Нині в мережі нараховується понад 2,9 млрд активних користувачів на місяць. Facebook, як і раніше, щомісяця приваблює 1,8 мільярда унікальних відвідувачів на свій вебсайт, що становить понад дві третини місячної активної бази користувачів. Також компанія володіє чотирма найбільшими платформами соціальних мереж, кожна з яких має понад 1 млрд активних користувачів на місяць: Facebook (основна платформа), WhatsApp, Facebook Messenger та Instagram. За даними Statista протягом першого кварталу 2022 р. 3,64 млрд осіб щомісяця використовували хоча б один із основних продуктів компанії (Facebook, WhatsApp, Instagram або Messenger) [20]. Залучення мобільних інтернет-сервісів дозволяє реалізувати комунікаційну політику, максимізувати функціональні можливості поточної системи комунікацій та скоротити витрати на зв'язок.

Важливу роль для користувачів соціальних мереж продовжує відігравати вебсайт, проте більша частина активності відбувається в мобільних браузерах. Більшість користувачів використовують саме мобільні програми компанії частіше, ніж відвідують веб-інтерфейс. За даними App Annie лише 8% загального мобільного часу користувачів Android витрачається на мобільні веббраузери, в той час як на мобільні додатки – 92% [22].

Враховуючи, що частка споживачів, які використовують мобільні телефони для доступу в інтернет, постійно зростає (рис.4), суб'єктам господарювання індустрії гостинності для успішного просування своїх послуг на ринку необхідно створювати відповідні версії вебсайтів для мобільних телефонів. При цьому доцільно з'ясувати, яким саме каналам віддає перевагу аудиторія споживачів, з якою метою вони використовують певну платформу, врахувати зміну структури доступу до інтернету на користь мобільних пристроїв, зростання мобільного трафіку, замовлень та платежів з

мобільних телефонів, вікову структуру користувачів інтернету, швидкість завантаження сайтів, зручність використання мобільних версій.

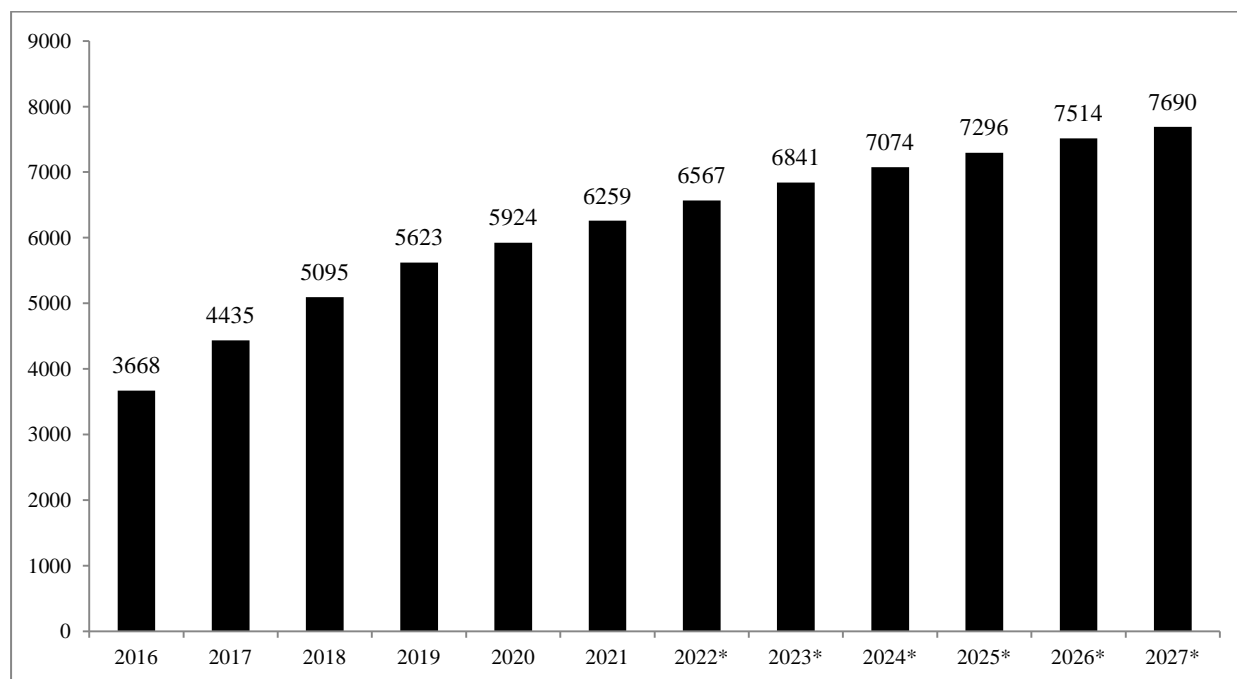


Рис. 4. Динаміка кількості користувачів смартфонами в світі, млн осіб**

Fig.4. Dynamics of the number of smartphone users in the world, million people

*прогнозовані дані

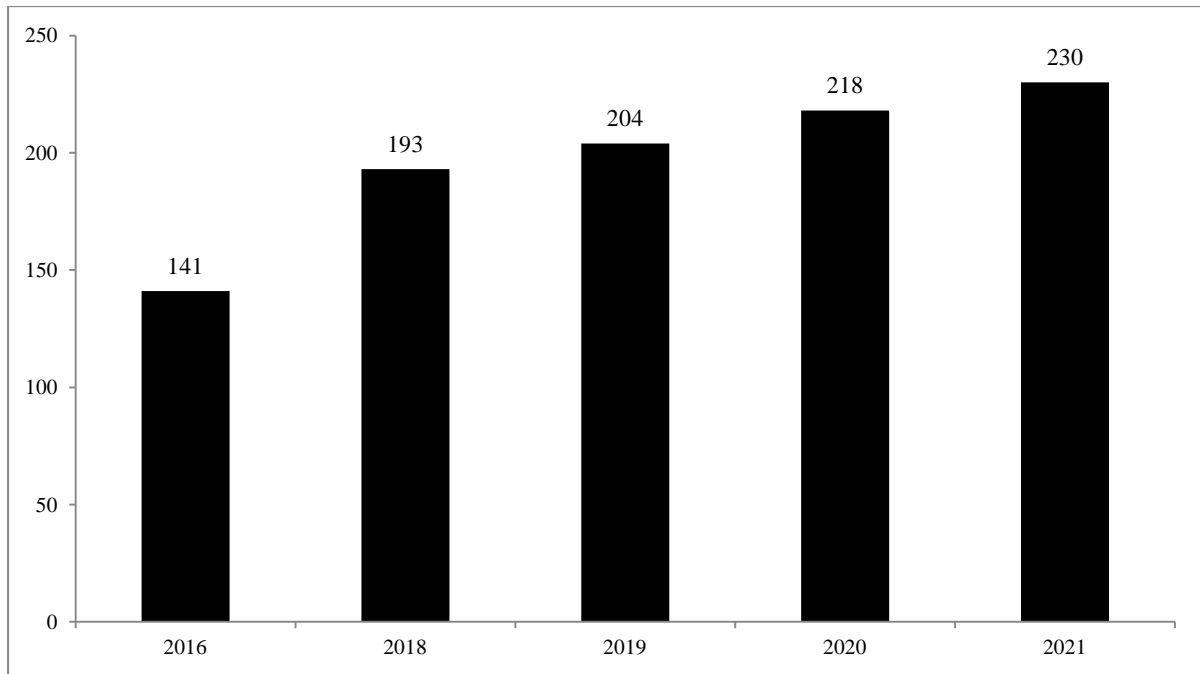
** Джерело: побудовано авторами за даними [30]

У 2021 р. кількість унікальних користувачів мобільного інтернету склала 4,32 млрд осіб, що вказує на те, що понад 90% населення світу, яке користується інтернетом, використовує саме мобільні пристрої для виходу в інтернет. Ця висхідна тенденція в використанні мобільного інтернету особливо помітна на цифрових ринках, що розвиваються, де мобільні мережі є основним засобом доступу в інтернет. Сьогодні мобільний інтернет-трафік становить майже 55% загального вебтрафіку [26].

Починаючи з 2016 р. кількість завантажень мобільних додатків на мобільні пристрої характеризується тенденцією до зростання (рис.5).

Як свідчить статистика, в 2019 р. кількість завантажень мобільних додатків перевищила 200 млрд разів, що на 63 млрд разів, або на 30,8% більше проти рівня 2016 р. В 2021 р. користувачами завантажено на 38,7% мобільних додатків більше, ніж у 2016 р. та на 11,3% більше проти 2019 р.

В 2021 р. найбільшу питому вагу в структурі завантажень мобільних додатків становили ігрові додатки – понад 55,5 млрд разів (24%), наступною за популярністю категорією є програми-інструменти – 12,13 млрд разів (5,2%) і третє місце зайняли програми для соціальних мереж – майже 10 млрд разів (4,3%) на iOS та в Google Play Store [27]. Збільшення кількісних показників завантажень мобільних додатків головним чином відбулося внаслідок зростання загальної кількості мобільних підключень, яка на початок 2021 р. досягла 8,02 млрд, що на 72 млн (0,9%) перевищує показник 2020 р. [22]. Ця тенденція також позитивно відобразилась на доходах, отриманих у туризмі і супутніх галузях. За даними Statista's Digital Market Outlook у 2021 р. сукупний виторг від використання мобільних додатків у туристичному секторі склав 296 млн дол. США, що на 38% більше, ніж у 2020 р. [23].



*Рис. 5. Динаміка кількості завантажень мобільних додатків у світі, млрд разів**
Fig.5. Dynamics of the number of mobile application downloads in the world, billion times

**Джерело: побудовано авторами за даними [29]*

З огляду на те, що ігрові додатки займають найбільшу частку в структурі завантажень мобільних додатків використання ігрового формату для просування послуг індустрії гостинності дозволяє залучити нових, утримати й мотивувати постійних споживачів та стає неодмінною складовою більшості послуг [8, с. 95]. В основі гейміфікації лежать вірусні інструменти, які мотивують користувачів через соціальні активності залучати до сервісу своїх друзів і знайомих, і водночас витратити гроші, що в результаті перетворює процес споживання послуги/продукту в гру. Гейміфікація може набувати різних форм, таких як: використання доповненої та віртуальної реальності з ігровою метою, гейміфікація турів, ігри в тематичних парках, ігри між об'єктами культурної спадщини, сторітелінг, ігровий досвід у ресторані або закладі розміщення, як розвага під час польоту літаком, ігрофікація в музеї, повністю віртуальний тур в ігровому форматі тощо [15, с. 62]. В контексті лояльності споживачів послуг гейміфікація є різновидом ігрової методики залучення та втримання споживача, орієнтованої на накопиченні своєрідних бонусів та балів, яка ефективно себе зарекомендувала в якості важеля впливу на сучасних споживачів, незалежно від їх віку, соціального стану та інших характеристик [13, с.181].

Сучасні споживачі послуг індустрії гостинності шукають більше цифрових вражень тому попит на цифрові послуги постійно зростає. Віртуальна реальність є технологією, яка націлена імітувати реальний світ за допомогою комп'ютерних технологій, посилити емоційний та естетичний вплив на людей, отримувати ефект присутності в будь-якій точці світу за допомогою сучасних гаджетів без фізичного переміщення. Віртуальний тур є досить переконливим і ефективним способом надання максимально повної і детальної інформації споживачеві про послугу в зручний для нього час і дозволяє йому в певній мірі «відчути» послугу, сформувані позитивне перше враження, яке надає істотну підтримку при просуванні та продажу послуг [7, с. 114]. Розміщення 3D-турів на сайті суб'єктів господарювання привертає увагу

потенційних клієнтів, дає змогу краще продемонструвати товар чи послугу, ефективніше просувати рекламу, покращувати імідж та підвищувати конкурентоспроможність.

Діджиталізація дає можливість збирати і опрацьовувати значний обсяг даних про споживачів послуг індустрії гостинності, аналізувати їх та відповідно формувати індивідуальні й максимально персоналізовані пропозиції. Для збільшення обсягів послуг сучасна стратегія діяльності підприємств індустрії гостинності має бути спрямована на залучення й утримання клієнтів. Використання детально таргетованої реклами в соціальних мережах, сегментованої розсилки та чітких меседжів для певної аудиторії сприяє якісній і швидкій комунікації, спрямованій на задоволення вимог споживачів послуг.

Одним із засобів швидкої комунікації та максимального врахування інтересів клієнтів індустрії гостинності є штучний інтелект. Використання штучного інтелекту дозволяє обробляти й аналізувати великі обсяги даних, формувати оптимальні пропозиції та створювати новий продукт швидше, ніж за допомогою традиційних технологій пошуку, враховуючи при цьому персональні вимоги клієнта та історію його попередніх звернень.

З метою забезпечення безперервної комунікації з клієнтами суб'єкти індустрії гостинності у своїй роботі використовуються чат-боти, які приєднуються до Facebook Messenger, Telegram, Viber або будь-якої іншої платформи, що дає змогу заощадити час та ресурси, зменшити навантаження на спеціалістів, задовольнити індивідуальні потреби клієнтів, підвищити ефективність рекламних кампаній. Чат-боти використовують як першу лінію технічної підтримки, їх функціонал дає змогу виявляти потреби туристів, формувати персоналізовані пропозиції, сегментувати клієнтську базу, здійснювати розсилку інформації за сегментами, вести облік роботи з клієнтами та формувати клієнтську базу, приймати платежі завдяки інтеграції з платіжними системами, такими як Way For Pay, взаємодіяти з іншими сервісами (CRM, погодні сервіси, база даних власного вебсайту тощо) та ботами, конвертувати аудиторію відвідувачів вебсайту і клієнтів шляхом рекламних кампаній, бронювати готелі та квитки, масштабувати розсилку рекламних матеріалів, проводити чат-аналіз для оптимізації бізнес-процесів [17, с.71]. Завдяки використанню чат-ботів суб'єкти індустрії гостинності мають можливість зменшити навантаження на спеціалістів, задовольнити індивідуальні потреби клієнтів, заощаджувати час та фінансові ресурси, підвищувати ефективність рекламних кампаній.

Перспективним інструментом для задоволення індивідуальних вимог споживачів є використання технології блокчейн. Завдяки технології розподілених баз даних, яка заснована на постійно продовжуваному ланцюгу записів, стійка до фальсифікації, перегляду, злому і крадіжки інформації, значно підвищується надійність замовлень, бронювання та платежів шляхом забезпечення достовірної інформації та відгуків про послуги [11].

Висновки. Активне застосування інноваційних моделей із використанням сучасних інформаційних технологій і цифровізаційних елементів у індустрії гостинності є ефективним засобом для просування послуг та важливим маркетинговим інструментом для комунікації. Збільшення кількості користувачів інтернету та можливостей цифрових технологій дозволяє суб'єктам індустрії гостинності охоплювати ширшу аудиторію, оперативно інформувати реальних і потенційних клієнтів про нові пропозиції, формувати відповідний попит на послуги. Під впливом інформаційних технологій формується новий тип споживача для якого важливим є швидке задоволення потреб, зручність сервісу та реалізація потреби в момент її виникнення. Для залучення нових та утримання постійних споживачів упровадження в

роботу закладів цифрових технологій є ефективнішим, ніж використання традиційних механізмів. Діджиталізація дає змогу не лише підвищити ефективність маркетингової діяльності, а й оптимізувати окремі статті витрат, що актуально та економічно вигідно в умовах високої конкурентної боротьби за споживача. З огляду на вищезазначене, суб'єктам господарювання індустрії гостинності необхідно адаптувати свою діяльність відповідно до сучасних вимог та свідомості споживача.

1. Абакуменко О., Деркач А., Корнеєва М. Діджиталізація банківського сектору України. *Фінансові дослідження*. 2016. № 1 (1). С.69–75. URL: <https://fr.stu.cn.ua/tmp/pdf/20.pdf>. (дата звернення: 18.03.2022).
2. Артеменко О. І., Пасічник В. В., Єгорова В. В. Інформаційні технології в галузі туризму. Аналіз застосувань та результатів досліджень. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Інформаційні системи та мережі, 2015. С. 3–22.
3. Грибінченко О. Діджиталізація економіки в новій парадигмі цифрової трансформації. *Міжнародні відносини*. Серія «Економічні науки». 2018. № 16. С. 35–37. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3523. (дата звернення: 18.03.2022).
4. Гудзь О., Федюнін С., Щербина В. Діджиталізація, як конкурентна перевага підприємств. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2019. № 3 (29). С.18–24. DOI: <https://doi.org/10.31673/2415-8089.2019.031824>.
5. Гуренко А., Гашутіна О. Напрями розвитку систем управління в умовах діджиталізації бізнесу в Україні. *Економіка і суспільство*. 2018. №19. С.739–745.
6. Кирилюк І. М. Використання сучасних інформаційних технологій у туристичній галузі. *Інноваційний розвиток туризму та індустрії гостинності: проблеми й перспективи*: колективна монографія / Поворознюк І. М., Чирва О. Г., Кирилюк І. М. [та ін.]; за ред. І. М. Поворознюк. Умань: Візаві, 2022. С. 28–44.
7. Кирилюк І. М. Віртуалізація як інноваційний напрямок туризму. *Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство* : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 23–24 березня, 2022 р. Вид. центр КНУКіМ, 2022, Част. 2. С.111–114.
8. Кирилюк І. М. Гейміфікація як сучасний інструмент розвитку туризму. *Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство*: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 25-26 берез., 2020 р. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2020. С.93–96.
9. Король С., Польовик Є. Діджиталізація економіки як фактор професійного розвитку. *Modern Economics*. 2019. №18. С. 67–73. URL: <http://217.77.213.157:8080/jspui/bitstream/123456789/6619/1/korol.pdf>. (дата звернення: 20.03.2022).
10. Лігоненко Л., Хрїпко А., Доманський А. Зміст та механізм формування стратегії діджиталізації в бізнес-організаціях. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Економічні науки*. 2018. № 22 (62), 2 т. С. 21–24.
11. Марусей Т. В. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2020. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8116> (дата звернення: 21.03.2022 р.). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.8.73
12. Маховка В. М. Інтерактивні та Smart-технології в туризмі. *Методологія та практика сталого розвитку туризму*: кол. моногр. Полтава : ПП «Астрая», 2018. С. 148–154.
13. Присакар І. І. Гейміфікація: ефективна технологія впливу на лояльність споживачів ресторанних послуг. *Економіка і суспільство*. 2016. Випуск. № 4. С.179–185.
14. Семилітко Д. Діджиталізація в дії: як цифрова трансформація бізнесу впливає на успіх компанії. *Аудитор України*. 2019. № 5. С. 76–79.
15. Туник О. М. Гейміфікація як маркетинговий тренд туристичних подорожей. *Ефективність підприємницької діяльності: маркетинговий аспект*. Збірник матеріалів IV Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. Київ. КНЛУ, 2017. С. 60-63.
16. Фалько Є. А. Науково-теоретичні засади розвитку глобальної інформатизації туристичного бізнесу. *European Journal of Management*. 2015. №4. Р. 92–100.
17. Феленчак Ю. Б., Шевчук І. Б. Нові напрями використання інформаційно-комунікативних технологій у сфері туризму. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 36. С. 69–75.
18. Юрчук Н. П. Інформаційні системи і технології як інновація у системі управління бізнес-процесами. *Ефективна економіка*. 2018. № 5. URL: <http://ojs.dsau.dp.ua/index.php/efektyvna-ekonomika/article/view/1235> (дата звернення: 29.03.2022).
19. Apelt H., Velykochyy V., Zhehus O., Filiuk S., Zhumbei M. Formation of a Strategy for Providing CustomerOriented Tourist Services. *Academy of Strategic Management Journal*. 2019. Vol. 18. Special

- Issue 1. P. 1–6. URL: <https://www.abacademies.org/articles/Formation-of-a-strategy-for-providing-customer-oriented-tourist-services-1939-6104-18-SI-1-451.pdf>. (дата звернення: 20.03.2022).
20. Cumulative number of monthly Meta (formerly Facebook Inc.) product users as of 1st quarter 2022. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/947869/facebook-product-mau/> (дата звернення: 14.04.2022)
 21. De Clerck J.-P. Digitization, digitalization and digital transformation: the differences. 2010. URL: <https://www.i-scoop.eu/digitization-digitalization-digitaltransformation-disruption/>. (дата звернення: 18.03.2022).
 22. Digital 2021: global overview report. *DataReportal*. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report> (дата звернення: 11.04.2022)
 23. Digitalization of the travel industry – statistics & facts. *Statista*. URL: https://www.statista.com/topics/7589/digitalization-of-the-travel-industry/#topicHeader__wrapper (дата звернення: 17.04.2022)
 24. ITU World Telecommunication. *Statistics*. URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx> (дата звернення: 08.04.2022)
 25. Khatri I. Information Technology in Tourism & Hospitality Industry: A Review of Ten Years' Publications. *Journal of Tourism & Hospitality Education*. 2019. №9. С.74–87. DOI: <https://doi.org/10.3126/jthe.v9i0.23682>.
 26. Mobile internet usage worldwide – statistics & facts. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/topics/779/mobile-internet/#dossierKeyfigures> (дата звернення: 10.04.2022)
 27. Most popular app categories worldwide 2021, by downloads. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/1189712/apps-downloaded-worldwide-category/> (дата звернення: 17.04.2022)
 28. Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users. *Statista*. URL: www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/ (дата звернення: 14.04.2022)
 29. Number of mobile app downloads worldwide from 2016 to 2021. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/271644/worldwide-free-and-paid-mobile-app-store-downloads/> (дата звернення: 15.04.2022)
 30. Number of smartphone subscriptions worldwide from 2016 to 2027. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/> (дата звернення: 15.04.2022)
 31. Social media use by generation. *GWI*. URL: <https://www.gwi.com/reports/social-media-across-generations> (дата звернення: 11.04.2022)
 32. Williams C. C., Horodnic I. A. Regulating the sharing economy to prevent the growth of the informal sector in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2017. №29(9), С. 2261–2278. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2016-0431>
 33. Worldwide Retail and Ecommerce Sales: eMarketer's Estimates for 2016–2021. URL: <https://www.emarketer.com/Report/Worldwide-Retail-Ecommerce-Sales-eMarketers-Estimates-20162021/20020> (дата звернення: 15.03.2022).

References

1. Abakumenko, O., Derkach, A., and M. Kornyejeva. "Digitalization of the banking sector of Ukraine." *Financial research*, 2016, no.1(1), 2016, pp. 9-75, fr.stu.cn.ua/tmppdf/20.pdf. Accessed 18 March 2022.
2. Artemenko, O. I., Pasichnyk, V. V., and V. V. Yehorova. "Information technologies in the field of tourism. Analysis of applications and research results." *Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic"*. Series: Information systems and networks, 2015, pp. 3–22.
3. Grybinenko, O. "Digitalization of the economy in a new paradigm of digital transformation." *International relations, Economic Sciences Series*, no. 16, 2018, pp. 35-37, journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n-/article/view/3523. Accessed 18 March 2022.
4. Hudz, O., Fediunin, S., and V. Shcherbyna. "Digitalization as a competitive advantage of enterprises." *Economy. Management. Business*, no. 3 (29), 2019, pp.18–24. doi.org/10.31673/2415-8089.2019.031824.
5. Hurenko, A., and O. Hashutina. "Directions of development of management systems in the conditions of digitalization of business in Ukraine." *Economy and society*, no. 19, 2018, pp. 739–745.
6. Kyryliuk, I. M. "The use of modern information technologies in the tourism industry." *Innovative development of tourism and hospitality industry: problems and prospects*: edited by Povorozniuk I, Uman, Vizavi, 2022, pp. 28–44.
7. Kyryliuk, I. M. "Virtualization as an innovative direction of tourism." *Ukraine in world globalization processes: culture, economy, society*, vol. 2, 2022, pp. 111–114.
8. Kyryliuk, I. M. "Gamification as a modern tool for tourism development." *Ukraine in the globalization processes: culture, economy, society*, 2020, pp. 93–96.

9. Korol, S., and Ye.Polovyk. "Digitalization of the economy as a factor in professional development." *Modern Economics*, no. 18, 2019, pp. 67–73, 217.77.213.157:8080/jspui/bitstream/123456789/6619/1/korol.pdf. Accessed 20 March 2022.
10. Ligonenko, L., Khripko, A., and A. Domansky. "Content and mechanism of formation of digitalization strategy in business organizations." *International Scientific Journal "Internauka", Economic sciences*, no. 22 (62), 2018, pp. 21–24.
11. Marusei, T. "Digitalization of the tourist sector as a tool of development in modern conditions." *Efficient economy*, no. 8, 2020. doi.org/10.32702/2307-2105-2020.8.73.
12. Makhovka, V. M. "Interactive and Smart-technologies in tourism." *Methodology and practice of sustainable tourism development*. Poltava, Astraya, 2018, pp. 148–154.
13. Prysakar, I. I. "Gamification: an effective technology to influence the loyalty of consumers of restaurant services." *Economy and society*, issue 4, 2016, pp. 179–185.
14. Semilitko, D. "Digitalization in action: how the digital transformation of business affects the success of the company." *Auditor of Ukraine*, no. 5, 2019, pp. 76–79.
15. Tunic, O. M. "Gamification as a marketing trend of tourist travel." *Business efficiency: marketing aspect*, Kyiv, KNLU, 2017, pp. 60–63.
16. Falko, E. A. "Scientific and theoretical foundations of global informatization of tourism business." *European Journal of Management*, no. 4, 2015, pp. 92–100.
17. Felenchak, Yu. B., and I. B. Shevchuk. "New directions of using information and communication technologies in the field of tourism." *Market infrastructure*, no. 36, 2019, pp. 69–75.
18. Yurchuk, N. P. "Information systems and technologies as an innovation in the business process management system." *Efficient economy*, no. 5, 56, 2018, ojs.dsau.dp.ua/index.php/efektyvna-ekonomika/article/view/1235. Accessed 29 March 2022.
19. Apelt, H. et al. "Formation of a Strategy for Providing Customer Oriented Tourist Services." *Academy of Strategic Management Journal*, vol. 18, Special Issue 1, 2019, pp. 1–6, www.abacademies.org/articles/Formation-of-a-strategy-for-providing-customer-oriented-tourist-services-1939-6104-18-SI-1-451.pdf. Accessed 20 March 2022.
20. "Cumulative number of monthly Meta (formerly Facebook Inc.) product users as of 1st quarter 2022." Statista, www.statista.com/statistics/947869/facebook-product-mau/. Accessed 14 Apr. 2022.
21. De Clerck, J.-P. "Digitization, digitalization and digital transformation: the differences." i-scoop, www.i-scoop.eu/digitization-digitalization-digitaltransformation-disruption. Accessed 18 March 2022.
22. "Digital 2021: global overview report." DataReportal – Global Digital Insights, datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report. Accessed 04 Apr. 2022.
23. "Digitalization of the travel industry – statistics & facts." Statista, www.statista.com/topics/7589/digitalization-of-the-travel-industry/#topicHeader__wrapper. Accessed 17 Apr. 2022.
24. "ITU World Telecommunication." *Statistics*, www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx. Accessed 08 Apr. 2022.
25. Khatri, Ishwar. "Information Technology in Tourism and Hospitality Industry: A Review of Ten Years' Publications." *Journal of Tourism and Hospitality Education*, vol. 9, 2019, pp. 74–87. doi.org/10.3126/jthe.v9i0.23682.
26. "Mobile internet usage worldwide – statistics & facts." Statista, www.statista.com/topics/779/mobile-internet/#dossierKeyfigures. Accessed 10 Apr. 2022.
27. "Most popular app categories worldwide 2021, by downloads." Statista, www.statista.com/statistics/1189712/apps-downloaded-worldwide-category/. Accessed 17 Apr. 2022.
28. "Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active usershttps." Statista, www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/. Accessed 14 Apr. 2022.
29. "Number of mobile app downloads worldwide from 2016 to 2021." Statista, www.statista.com/statistics/271644/worldwide-free-and-paid-mobile-app-store-downloads/. Accessed 15 Apr. 2022.
30. "Number of smartphone subscriptions worldwide from 2016 to 2027." Statista, www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/. Accessed 15 Apr. 2022.
31. "Social media use by generation." *GWI*, www.gwi.com/reports/social-media-across-generations. Accessed 11 Apr. 2022.
32. Williams, C. C., and I. A. Horodnic. "Regulating the sharing economy to prevent the growth of the informal sector in the hospitality industry." *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 29, no.9, 2017, pp. 2261-2278. doi.org/10.1108/IJCHM-08-2016-0431

33. "Worldwide Retail and Ecommerce Sales: eMarketer's Estimates for 2016–2021." Emarketer, www.emarketer.com/Report/Worldwide-Retail-Ecommerce-Sales-eMarketers-Estimates-20162021/20020. Accessed 15 March 2022.

УДК 338.48:711.455:659.127.6-021.64]316.347-021.161
doi: 10.15330/apred.2.18.231-238

Мендела І.Я.¹, Жук О.І.²

КРЕАТИВНЕ ЛІДЕРСТВО КУРОРТНОГО БРЕНДУ: МЕНТАЛЬНА ТА ФІЗИЧНА ДОСТУПНІСТЬ

¹Прикарпатський національний університет
ім.В.Стефаника,
Міністерство освіти і науки України,
факультет туризму,
кафедра готельно-ресторанної та курортної справи,
вул. Галицька, 201д, м. Івано-Франківськ,
76008, Україна,
тел. +380665201636,
e-mail: mendela__i@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0002-7282-643X

²Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника
Міністерство освіти і науки України,
кафедра управління та бізнес-адміністрування,
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,
76000, Україна,
тел: +380506780982,
e-mail: olha.zhuk@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-8519-5529

Анотація. Сьогодні сильний креативний бренд – це краще, ніж короткострокові сплески продажів, проте мало маркетологів уміють нарощувати ментальну та фізичну доступність бренду, не говорячи вже про оцінку їх ефективності. Існує дуже мало маркетингових відділів, які готові вирощувати безцінні ринкові активи – ментальну і фізичну доступність бренду. Потрібно займатися сегментацією, диференціацією та мати уявлення про бренд, але важливим для бренд-менеджера є розуміння конкуренції між брендами. Такі менеджери активно візьмуться за брендинг, медіа-стратегії та дистрибуцію з метою покращення ефективності маркетингу.

Якщо маркетологи освоюватимуть розвиток та управління ментальною і фізичною доступністю бренду, їхня важливість для бізнесу зростатиме. Це прекрасна можливість для маркетологів, адже за вимірювання чи управління цими нематеріальними активами не відповідає жодна інша частина організації – ні відділ розробки продукту, ні відділ обслуговування клієнтів.

Головне завдання маркетолога – щоб продукт можна було легко купити. Для цього він має бути ментально та фізично доступним для клієнта. Усе решта – вторинне, бо основна конкуренція між брендами лежить якраз у площині доступності. Ментальна доступність потребує виразного брендингу, тоді як фізична доступність – густої мережі дистрибуції в часі й просторі. Разом вони роблять бренд креативно видимим і створюють більше можливостей його купити.

Створення креативного курортного бренду – це не тільки популяризація курортного бізнесу з метою отримання швидкого прибутку, але й важлива інвестиція в майбутнє курорту. Концепція курортного бренду складається з основних ідей брендингу курорту, які об'єднують його цілі та завдання, що стає основою для побудови цілого бренду та маркетингової стратегії. Водночас концепція бренду повинна містити всі почуття, ідеї та цілі курорту.

Функціонують курорти з негативним чи недостатньо сформованим цілісним іміджем та мають певні обмеження чи складнощі в процесі діяльності, тому не можуть ефективно досягати комерційного успіху. Створення, розроблення та впровадження стратегії креативного курортного брендингу, формування іміджу курорту вимагають інтегрованої злагодженої політики, якої не мають більшість курортів. Основні етапи процесу формування бренду сприятимуть фізичній та ментальній доступності курортного бренду.

Ключові слова: бренд, курортний бізнес, ментальна доступність, фізична доступність, креативне лідерство, позиціонування, диференціація, лояльність.

Mendela I.Ya.¹, Zhuk O.I.²

CREATIVE LEADERSHIP OF RESORT BRAND: MENTAL AND PHYSICAL ACCESSIBILITY

¹Vasyl Stefanyk Precarpathian national university,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Faculty of Tourism,
Chair of Hotel-Restaurant and Resort Business,
Galycka str., 201 d, Ivano-Frankivsk,
76008, Ukraine,
tel.: +380665201636,
e-mail: mendela__i@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0002-7282-643X

²Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Management and Business
Administration,
Shevchenko str., 57, Ivano-Frankivsk,
76000, Ukraine,
tel.: +380506780982,
e-mail: olha.zhuk@pnu.edu.ua
ORCID ID: 0000-0001-8519-5529

Abstract. Today, a strong creative brand is better than short-term sales surges, but few marketers are able to increase the mental and physical accessibility of the brand, let alone assess their effectiveness. There are very few marketing departments that are ready to grow invaluable market assets - the mental and physical accessibility of the brand. You need to segment, differentiate and have an idea of the brand, but it is important for the brand manager to understand the competition between brands. Such managers will actively engage in branding, media strategies and distribution in order to improve marketing effectiveness.

As marketers master the development and management of a brand's mental and physical accessibility, their importance to business will increase. This is a great opportunity for marketers, because no other part of the organization is responsible for measuring or managing these intangible assets – neither the product development department nor the customer service department.

The main task of a marketer is to make the product easy to buy. To do this, it must be mentally and physically accessible to the client. Everything else is secondary, because the main competition between brands lies in the plane of accessibility. Mental accessibility requires expressive branding, while physical accessibility requires a dense network of distribution in time and space. Together, they make the brand creatively visible and create more opportunities to buy it.

Creating a creative resort brand is not only the promotion of the resort business in order to make a quick profit, but also an important investment in the future of the resort. The concept of a resort brand consists of the main ideas of resort branding, which combine its goals and objectives, which becomes the basis for building a whole brand and marketing strategy. At the same time, the brand concept should contain all the feelings, ideas and goals of the resort.

Resorts with a negative or insufficiently formed holistic image operate and have certain limitations or difficulties in the process of activity, so they cannot effectively achieve commercial success. Creating, developing and implementing a strategy of creative resort branding, the formation of the image of the resort require an integrated coherent policy, which does not have most resorts. The main stages of the brand formation process will contribute to the physical and mental accessibility of the resort brand.

Key words: brand, resort business, mental accessibility, physical accessibility, creative leadership, positioning, differentiation, loyalty.

Вступ. Маркетологи, які десятиліттями вивчали закономірності поведінки споживачів, можуть стверджувати: бренди конкурують здебільшого за фізичну та ментальну доступність. Найчастіше купують ті товари та послуги, які легше купити більшій кількості людей у більшій кількості ситуацій. Брендovanі товари та послуги з більшою часткою ринку – це ті, про які знає більше людей і які більш доступні. Іншими словами, бренди з більшою часткою ринку фізично й ментально доступніші за решту брендів. Також вони мають кращі маркетингові бюджети на підтримку цієї доступності.

Креативний курортний бренд формується на основі яскраво вираженого позитивного іміджу курорту, який ґрунтується на унікальних можливостях задоволення тих чи інших запитів його споживачів. Якщо бренд має хороші показники впізнаваності, але погано продається, то можна подумати, що він не подобається покупцям. Однак проблема може бути в геть іншому: споживачі знають бренд, вважають його нормальним, проте в ситуаціях купівлі майже ніколи його не згадують та не помічають. Тому необхідно дбати про фізичну та ментальну доступність бренду, що буди виводити його в лідерську нішу на ринку. Також потрібно пройти основні етапи процесу формування курортного бренду для того, щоб створювати виразний брендинг.

Постановка завдання. Котлер вважав, що конкуренція – це створення дуже різних брендів (диференціація), які завойовують певні сегменти ринку, бо споживачі прагнуть різноманітності. Більшість споживачів купують конкретний бренд час від часу. Вони ніяк його для себе не виокремлюють. Виявляється, що люди щодня витрачають на комерційні та некомерційні медіа приблизно 30% свого часу. Телебачення все ж залишається головним форматом і за проникненням, і за кількістю проведеним перед ним годин. Типовий споживач щодня бачить близько 60 рекламних роликів. Якщо це візуальна реклама (або відео), то потрібне чітке дотримання бренд-буку. На сьогоднішній день, повторні покупки в знайомого бренду – це оптимальний шлях для споживача. Необхідно змусити людей думати про бренд. Тому бренд-менеджери працюють над ментальною та фізичною доступністю бренду.

Метою дослідження є вивчення ментальної та фізичної доступності бренду. Ця доступність дозволить сформувати креативний бренд курорту. Проаналізуємо основні етапи процесу формування курортного бренду. Метод абстрагування дозволить зробити висновки, що бренди конкурують як однакові продукти з різними назвами, а їхні функції, імідж та (певною мірою) ціна не мають суттєвого значення.

Результати. Дослідження стверджують, що споживачі аналізують переваги бренду, перш ніж його купити. Проте є декілька фактів, які стверджують хибність таких висновків. Споживачі по-різному пригадують бренди та їх характеристики. Це

залежить від купівельної ситуації. Здебільшого кожен покупець знає невелику групу брендів із певної категорії товарів та послуг та обирає з-поміж них. Різноманітні опції на ринку випадають з його уваги. Тобто споживач зупиняється на виборі бренду, про який йому відомо, та майже ніколи не купує той бренд, про який нічого не знає. Також вибір споживача бренду залежить від багатьох факторів, пов'язаних із ситуацією та обставинами. Тому сьогодні обирається один товар, а завтра віддається перевага зовсім іншому. Тобто аналіз брендів у процесі вибору відіграє несуттєву роль. Навіть бренди з великими клієнтськими базами змушені боротися за увагу клієнта.

Потрібно пам'ятати, що власний бренд – це не лише найкращий майданчик для «тренування» з погляду керування брендами загалом, а й необхідність у тому випадку, якщо ви хочете максимальної самореалізації [5, с.128].

Все частіше бренди змушені думати про їх ментальну та фізичну доступність. А конкуренція за ментальною та фізичною доступністю характеризується законом розміру бренду та законом подвійної загрози.

Закон розміру бренду показує, що у великих брендів відчутно більші клієнтські бази. Закон ж подвійної загрози стверджує, що малі бренди продають менше, бо мають менше клієнтів, і ті купують рідше. Ми знову повертаємося до конкуренції між брендами. Насправді споживачам не хочеться поставати перед великою кількістю брендів, з яких неможливо вибрати. Тому бренди повинні запропонувати споживачам ментальну та фізичну їх доступність.

Ментальна доступність бренду – це ситуація, коли бренд помічають і/або згадують у ситуації купівлі [6, с.201]. Також можна зазначити, що мається на увазі ситуація, коли бренд першим із категорії спадає на думку в процесі вибору. Тому ментальна доступність бренду – це набір асоціацій (спогадів, нейронних зв'язків), які викликає бренд. Коли ми купуємо бренд і користуємося його продуктами, бачимо рекламу або чуємо про нього відгуки інших людей, ці зв'язки розростаються і оновлюються.

Існують й інші аспекти, пов'язані з брендом – запахи, смаки, емоції (радість, біль, щастя, впевненість тощо), але вони зазвичай спадають на думку вже після того, як споживач згадав про бренд.

Що більша й свіжіша мережа асоціацій з брендом у голові покупця, то вищі шанси, що він помітить цей бренд поза ринком або вибере серед кількох варіантів.

Отже, будувати ментальну присутність означає розвивати нейронні зв'язки, пов'язані з брендом, та розширювати частку бренду в пам'яті споживача.

Ментальна присутність бренду залежить від його частки в пам'яті споживачів, тобто від його кількості та якості нейронних зв'язків, поєднаних з брендом. Кількість показує, чи багато асоціацій виникає у споживача у зв'язку з назвою бренду. Якість має два аспекти: сила асоціації та релевантність, тобто наскільки вона доречна саме для цього бренду. По-перше, деякі структури пам'яті міцніші за інші, і тому частіше активуються. По-друге, різні асоціації підходять для різних ситуацій купівлі.

Якщо бренд має хороші показники впізнаваності, але погано продається, то можна подумати, що він не подобається споживачам. Однак проблема може бути в геть іншому: споживачі знають про бренд, вважають його нормальним, проте в ситуації купівлі майже ніколи його не згадують чи не помічають.

Вибудовуючи структури пам'яті, пов'язані з брендом та його характеристиками, маркетологи можуть підвищити два показники:

1. Кількість людей, які згадують про бренд;
2. Кількість разів, коли вони згадують його в ситуації купівлі.

Якщо прив'язати бренд до конкретних атрибутів, то він почне виринати в асоціаціях покупців. Проте жоден споживач не тримається лише за один атрибут у

виборі брендів. Тому ментальна доступність суттєво залежить від якості брендингу та реклами.

Фізична доступність передбачає, що максимально багато споживачів можуть легко помітити й купити бренд у найрізноманітніших купівельних ситуаціях [6, с.205]. Тут мають значення такі показники: фізична наявність товару чи послуги, проникнення в мережу, години роботи підприємства, легкість процесу покупки. Для бренду життєво важливо, щоб його помічали й могли купити, бо споживачі лояльні до різних брендів. Якщо певний бренд є важкодоступним, то споживач з легкістю віддасть перевагу іншому.

Фактично бренди змагаються за ментальну й фізичну доступність. Навіть інновації працюють на підвищення видимості бренду на ринку й розширення його фізичної присутності. Щоб продукт був доступним, потрібно мати виразний брендинг. В такому випадку зусилля необхідно скеровувати на створення виразних елементів бренду, щоб його могли купити більше споживачів у найрізноманітніших купівельних ситуаціях.

Якщо ми говоримо про курортний бізнес, то в цій сфері особливе значення має ментальна доступність бренду. В процесі споживання курортних послуг можна говорити про їх фізичну доступність. Проте на національному ринку курортних послуг необхідне, в першу чергу, створення креативного курортного бренду.

Створення курортного бренду – комплекс заходів для просування, реклами і, зрозуміло, надання сервісу, яке має бути послідовним і вивіреним до дрібниць. Якщо для компаній, що реалізують, наприклад, мінеральну воду, постійна реклама на телебаченні може принести певний відсоток доходу, для курорту, цей захід буде марною витратою коштів. Ретельно пророблена програма, що включає клієнтські розсилки, цільові розсилки, ряд інших дій може істотно підвищити впізнаваність бренду.

1. Диференціація та релевантність.

Більшість компаній, що реалізують продукцію, будують бізнес-моделі, засновані на диференціації, створенні унікальних властивостей продукту, який нехай незначно, але відрізняється від інших і якоюсь мірою сам сегментує ринок. Якщо дивитися правді в очі, послуги з розміщення, харчування, відпочинку, чи оздоровлення, пропонує не тільки один курорт, тому диференціація стає, як мінімум, складним процесом. Не завжди якісні відмінності є визначальними у виборі.

Набагато важливіше сфокусуватися на релевантності. За доцільне вважати, що найбільший потенціал має такий стан справ, коли інтереси та філософія компанії зливається з інтересами та потребами споживача. Для цього важливо визначити характер та цінності компанії, які можуть стати критерієм для емоційного та раціонального вибору гостем курорту. Таким чином, відпочиваючий буде зорієнтований на ті самі цілі, що і курорт та підсвідомо буде більш лояльний до бренду і скоріше прийме пропозицію від закладу.

2. Частка ринку та дохід.

Всі основні концепції побудови бренду та розвитку продуктових компаній стоять на збільшенні не лише прибутку, а й частки ринку. Успішні компанії та відомі бренди зазвичай є або номером один, або номером два на частці ринку. У туристичній діяльності, частка ринку має набагато менше значення, ніж сам прибуток як такий. Як правило, локальний ринок вже розділений між кількома курортами та завдання кожного з них - залучити максимальну кількість клієнтів та продати найбільшу кількість послуг для досягнення практичного результату. При цьому потрібно розуміти, що завдання у конкурентів те саме.

Сучасність – це боротьба конкурентоспроможних брендів курортів за їх визнання.

Аналіз теоретичних підходів щодо проблем формування бренду дозволив дійти висновку, що основними етапами процесу формування бренду є (рис. 1):



Рис. 1. Основні етапи процесу формування курортного бренду [розробка автора]

Fig. 1. The main stages of the process of forming a resort brand

Таким чином, процес формування бренду національного курортного спрямування полягає в тому, що він складається з наступних послідовних етапів:

1 етап – аналіз конкурентних брендів.

Аналіз ринку та конкурентів – це системна робота з вибудовування адекватної, забезпеченої або підтвердженої об'єктивними цифрами та фактами картини світу. Вона сприятиме формуванню уявлення про структуру ринку, туристичні потоки, нові технології, гравців. Можливо вона не убереже підприємство від тимчасових невдач у реалізації ідей, але дозволить мати стратегічну перевагу в довгостроковій перспективі, і допоможе формуванню сталої траєкторії в курортній сфері. Аналіз ринку та аналіз конкурентів – завдання, без якого неможливо зробити правильні кроки та об'єктивно оцінювати свої переваги. Зібрана інформація допоможе правильно підібрати заходи з просування, показати свої сильні сторони та сформувати унікальну торгову пропозицію.

2 етап – розробка концепції позиціонування бренду національного курортного спрямування.

Загалом під позиціонуванням у маркетингу прийнято розуміти визначення місця (позиції), товару (послуги) у споживчій свідомості. У основі маркетингового позиціонування лежить особливе уявлення туристичних товарів та послуг споживача, які відрізняються від запропонованого конкурентами. Як одне з найважливіших завдань маркетингу, процес позиціонування складається з трьох базових підзадач. Зокрема, йдеться про необхідність дослідження ринку та визначення позицій

конкуруючих товарів (послуг), вибору місця нової туристичної послуги у ряді існуючих та її донесення до споживачів (включаючи формування у споживчій свідомості певного образу туристичного продукту чи компанії, відмінних від конкурентів). Сьогодні прийнято вважати, що позиціонування послуги одночасно має здійснюватися відразу за декількома напрямками, включаючи вартість продукту, його особливі властивості та певне емоційне ставлення.

3 етап – розробка стратегії бренду національного курортного спрямування.

Стратегія включає в себе наступні елементи:

- хто є цільовою аудиторією;
- яку обіцянку (пропозицію) слід зробити цій аудиторії;
- який доказ необхідно їй привести, щоб показати, що ця пропозиція чогось коштує;
- яке кінцеве враження слід залишити.

Ефективна стратегія поступово просуває товар/послугу до наміченої мети, координуючи тактичні заходи та визначаючи концепцію позиціонування бренду на ринку [4].

4 етап – формування іміджу бренду національного курортного спрямування.

Головними завданнями формування привабливого іміджу мають бути:

- сприяння у прийнятті позитивних рішень споживачами щодо відпочинку на цій території;
- скорочення терміну та зниження коштів на обґрунтування цих рішень;
- досягнення взаємовигідних умов як курортного підприємства, так і туриста.

У цілому розуміння про імідж бренду формується із двох компонентів [3]:

- асоціацій, які пов'язані в покупців із брендом і допомагають їм зрозуміти вигоди й роль бренду в їхньому житті;
- його індивідуальності – опис у термінах, які звичайно використовуються для характеристики людини.

5 етап – формування ідентифікації бренду національного курортного спрямування.

За наявності унікальної ідентичності бренду йому легше знайти і підтримувати зв'язок зі своїм покупцем. І, навпаки, при відсутності чіткої ідентичності, бренду вкрай важко забезпечити свою диференціацію на ринку і впливати на покупця [2]. Ідентичність бренду – це те, як компанія визначає свій бренд, які сенси в нього вкладає, яку має місію та візію, які в неї цінності та пріоритети [7].

6 етап – формування лояльності споживачів до бренду національного курортного спрямування.

Лояльність до бренду – це довіра й внутрішня прихильність клієнтів до торгової марки вашої компанії [8]. Вона має вирішальне значення для будь-якого зростаючого бізнесу.

Логіка криється у тому, що не варта витратити гроші, намагаючись зробити клієнтів відданими, радше варто утримувати клієнтів зацікавленими, залученими та стимульованими [1, с.140].

Лояльність до бренду допомагає розвивати прибуткову клієнтську базу, щоб підприємство могло керувати повторними покупками та підвищенням продажів, а також створювати спільноту щасливих клієнтів.

Насправді, лояльні до бренду клієнти – це подарунок, який продовжує приносити прибуток. Якщо вони задоволені курортними послугами, то, швидше за все, залишать

відгуки, розкажуть друзям та родичам, виступатимуть на захист бренду, допомагаючи вам збільшити свою аудиторію та розширити лояльність до цього бренду.

Висновки. Сьогодні ми живемо у світі, яким керують не продукти чи інновації, а бренди. Вони поведуться себе як люди, спілкуються з споживачами та відстоюють свої переконання. Клієнти готові боротися за бренди, які мають ментальну та фізичну доступність. Бренд як окремий актив бізнесу має свою вартість, яка зазвичай перевищує вартість матеріальних активів. Для того, щоб побудувати креативний сильний бренд, бізнесу потрібно докласти зусиль. Звісно, бренд – це не єдиний фактор успіху бізнесу. Раціональні переваги та хороший креативний курортний продукт також важливі, проте він значно збільшує ймовірність лідерських аспектів бізнесу, а ментальна та фізична доступність бренду будуть доповнювати показники лідерства та креативності курортного бізнесу.

Дотримання основних етапів процесу формування бренду національного курортного спрямування спиятиме формуванню створення креативного курортного бренду.

Досвід інших країн показує, що для створення креативного курортного бренду, необхідно враховувати ментальну та фізичну доступність курорту, тому необхідно у подальшому увагу приділити питанням формування такої доступності. Щоб розвивати креативний курортний бізнес, потрібно демонструвати ментальну та фізичну доступність брендів, що стимулюватиме розвиток лідерських позицій на національному ринку курортних послуг.

1. Бейлі С., Мілліган Е. Міфи про брендинг. Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2020. 256 с.
2. Ідентичність бренду. URL: <http://www.sledopyt.com.ua/identichnist-brendu/> (дата звернення: 12.06.2022).
3. Імідж бренду як складова брендового капіталу. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1408/> (дата звернення: 12.06.2022).
4. Розробка стратегії просування бренду. URL: <https://koloro.ua/ua/strategiya-brenda.html> (дата звернення: 12.06.2022).
5. Філановський О. Гра в бренди. Як збільшити шанси вашого бізнесу на успіх. Київ: Наш формат, 2019. 176с.
6. Шарп Б. Як зростають бренди. Чого не знають маркетологи. Київ: Наш формат, 2020. 240с.
7. Bazilik. Ідентичність бренду. URL: <https://bazilik.media/identychnist-brendu-imidzh-brendu-ta-firmovyj-styl/> (дата звернення: 10.06.2022).
8. Incust. Як підвищити лояльність до бренду? URL: <https://incust.com/ua/knowledgebase/articles/how-to-increase-loyalty-to-brand/> (дата звернення: 10.06.2022).

References

1. Beili, Saimon, and Millihan Endi. *Myths about branding*. Kharkiv, Ranok, Fabula, 2020.
2. “Brand identity.” Sledopyt, www.sledopyt.com.ua/identichnist-brendu/. Accessed 12 June 2022.
3. “Brand image as a component of Brand Capital.” Spilnota, www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1408/. Accessed 12 June 2022.
4. “Develop a brand promotion strategy.” Koloro, koloro.ua/ua/strategiya-brenda.html. Accessed 12 June 2022.
5. Filanovskyi, Oleksii. *Brandy game. How to increase your business's chances of success*. Kyiv, Nash format, 2019.
6. Sharp, Bairon. *How brands grow. What marketers do not know*. Kyiv, Nash format, 2020.
7. “Brand identity.” Bazilik, bazilik.media/identychnist-brendu-imidzh-brendu-ta-firmovyj-styl/. Accessed 10 June 2022.
8. “How to increase brand loyalty?” Incust, incust.com/ua/knowledgebase/articles/how-to-increase-loyalty-to-brand/. Accessed 10 June 2022.

УДК 330.101

doi: 10.15330/apred.2.18.239-247

Котелевець Д.О.

ПРОБЛЕМА НАУКОВОГО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Міжнародний науково-технічний
університет імені академіка Юрія Бугая
кафедра менеджменту, маркетингу та
публічного управління
Магнітогорський провулок, 3, м. Київ,
02000, Україна,
тел.: 044 353 47 07,
e-mail: d.kotelevets21@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0001-7778-6038

Анотація. Мета статті – конкретизація місця цифрової економіки в широкому термінологічному просторі. Для досягнення поставленої мети використано загально наукові та специфічні методи дослідження: метод контент-аналізу й монографічний метод – для вивчення наукових підходів до тлумачення різних типів та видів економічних систем; методи синтезу та систематизації – для узагальнення результатів дослідження дефініцій, сформульованих іноземними й українськими вченими; методи наукового абстрагування та аналізу – для виявлення схожих рис і відмінностей у наукових підходах. Дослідження тенденцій розвитку й особливостей цифрової економіки потребує першочергового визначення її сутності, а, відповідно, вивчення наявних наукових підходів до трактування. У статті проаналізовано деякі наукові підходи до трактування сутності інформаційного суспільства, інформаційної економіки, економіки знань, інноваційної економіки, а також виокремлено їхні основні характеристики. Проведене дослідження дозволило співвіднести поняття цифрової економіки з наведеними вище категоріями, показати їх взаємозалежність або підпорядкованість. Акцент у статті поставлено на визначенні синонімічних понять та термінів, що є пов'язаними між собою. Це дозволило виокремити цифрову економіку як повністю самостійну економічну категорію, що трактується як новий тип економічної системи, у межах якої процеси виробництва, обміну, розподілу та споживання базуються на сучасних інформаційних технологіях, а основні суб'єкти якої спроможні до генерації, трансферу та ефективного використання інформаційних ресурсів. Автор доходить висновку, що цифрова економіка – це такий тип економічної системи, що ґрунтується на інформації, базованій на знаннях і генерованій інтелектуальними ресурсами, а також визначається розвитком інноваційних інформаційних технологій, впровадження яких у діяльність господарюючих суб'єктів спричинює трансформацію їх бізнес-моделей, економічних процесів і каналів комунікації зі стейкхолдерами. Перспективами подальших досліджень визначено дослідження основних факторів розвитку цифрової економіки.

Ключові слова: цифрова економіка, інформаційне суспільство, інформаційна економіка, інноваційна економіка, економіка знань, інформаційні технології; інформація, знання; інтелектуальні ресурси.

Kotelevets D.O.

THE ISSUE OF SCIENTIFIC DEFINITION OF THE CONCEPT OF DIGITAL ECONOMY

International scientific and technical
IHE «Academician Yuriy Bugay International

Scientific and Technical University»
Department of Management,
Marketing and Public Administration
Magnitogorsky Lane, 3, Kyiv,
02000, Ukraine,
tel.: 044 353 47 07,
e-mail: d.kotelevets21@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0001-7778-6038

Abstract. The purpose of the article is to identify the place of the digital economy in a broad terminological space. To achieve this goal, general scientific and specific research methods were used, namely: content analysis and monographic method - to study scientific approaches to the interpretation of different types of economic systems; methods of synthesis and systematization - to summarize the results of the study of definitions formulated by foreign and Ukrainian scientists; methods of scientific abstraction and analysis - to identify similarities and differences in scientific approaches to the interpretation of digital economies. The study of development trends and features of the digital economy requires a priority definition of its essence, and, accordingly, the study of existing scientific approaches to interpretation. The article analyzes some scientific approaches to the interpretation of the essence of the information society, information economy, knowledge economy, innovation economy, as well as highlights their main characteristics. The study allowed to correlate the concept of digital economy with the above categories, to show their interdependence or subordination. The emphasis of the article is put on the definition of synonymous concepts and terms that are interrelated. This allowed author to distinguish the digital economy as a completely independent economic category, interpreted as a new type of economic system, within which the processes of production, exchange, distribution and consumption are based on modern information technology, and its main actors are able to generate, transfer and use effectively information resources. Author concluded that digital economy is a type of economic system based on information generated by intellectual resources and knowledge, and determined by the development of innovative information technologies, the introduction of which into the activities of economic entities leads to the transformation of their business models, economic processes and channels of communication with stakeholders. Prospects for further research are the study of the main factors of development of the digital economy.

Keywords: digital economy, information society, information economy, innovative economy, knowledge-based economy, information technology, information, knowledge, intellectual resources.

Вступ. Динамічний розвиток глобальної економіки відбувається під впливом низки чинників, одним із найпотужніших серед яких є диджиталізація. Сучасні інформаційні технології трансформують діяльність економічних суб'єктів, змінюють способи їх комунікації з клієнтами та партнерами. Сьогодні можемо говорити про формування нового виду економічної системи – цифрової економіки. Дослідження тенденцій розвитку й особливостей такої економіки потребує першочергового визначення її сутності, а, відповідно, вивчення наявних наукових підходів до трактування. Крім цього, актуальним є виокремлення терміна «цифрова економіка» з усієї сукупності дефініцій необхідного чи аналогічного (синонімічного) змісту. Це обґрунтовує вибір теми цієї статті.

У наукових колах в обігу перебуває кілька категорій, що описують сучасний етап розвитку національних економік провідних країн світу. У переважній більшості відмінності в наявних дефініціях полягають у тому, які фактори чи передумови розвитку автори виокремлюють як визначальні. З огляду на високий інтерес учених до питань динаміки і трансформації сучасних економічних систем, у науковій літературі з'явилося чимало визначень, які потребують систематизації та критичного аналізу. Це дозволить усунути дублювання в дефініціях та чітко визначити сутність і головні риси цифрової економіки як самостійної економічної категорії.

З огляду на велику кількість дефініцій і поглядів різних учених щодо формулювання назви сучасної економічної системи («цифрова економіка», «інформаційне суспільство», «інформаційна економіка», «інноваційна економіка», «нова економіка», «інтернет-економіка», «інноваційна економіка», «диджитал-економіка» та ін.), постає необхідність їх розмежування і узгодження між собою.

Постановка завдання. *Метою статті* є конкретизація місця цифрової економіки в широкому термінологічному просторі. Для досягнення поставленої мети використано загально наукові та специфічні методи дослідження. Зокрема, метод контент-аналізу і монографічний метод – під час вивчення наявних наукових підходів до тлумачення різних типів та видів економічних систем; синтезу та систематизації – для узагальнення результатів дослідження дефініцій, сформульованих іноземними й українськими вченими; наукового абстрагування та аналізу – у разі виявлення схожих рис і відмінностей у наукових підходах.

Результати. Поняття цифрової економіки нерідко пов'язують із концепцією інформаційного суспільства. Однак ототожнювати ці категорії неправомірно, так само як і зводити розуміння цифрової економіки лише до рівня елементу інформаційного суспільства. Для обґрунтування такої нашої позиції наведемо кілька підходів та формулювань сутності інформаційного суспільства. Е. Тоффлер у своїх публікаціях [1-3] відзначив настання інформаційної революції, рушієм розвитку якої є знання. Д. Белл [4] інформаційне суспільство розглядав як нову назву постіндустріального суспільства; виникнення інформаційного суспільства вчений вбачав передусім у значному збільшенні чисельності зайнятих в інформаційній сфері. Економічні аспекти у вивченні інформаційного суспільства виділив Й. Масуда [5], назвавши головною галуззю економіки інтелектуальне виробництво, наголосивши на виключній ролі комп'ютерних і комунікаційних технологій у його розвитку. Джерелом багатства, за Й. Масуда, є національні інформаційні ресурси. Про входження людства в нову епоху, де інформація, знання та інформаційні технології відіграють вирішальну роль у розвитку, зазначали П. Дракер [6-7], М. Кастельс [8], Г. Шиллер [9], але у своїх публікаціях вони нерідко використовували дещо іншу термінологію (суспільство знань, нове суспільство, інформаційний капіталізм або ін.). Важливим вважаємо умовивід Ф. Уебстера [10], який полягав у тому, що аналіз інформаційного суспільства можливий лише на основі врахування економічного, технологічного, професійного, просторового, культурного аспектів його розвитку. Узагальнюючи підходи іноземних учених, можна виокремити еволюційний (поступальний, історичний, закономірний перехід) і революційний (стрімкий, кардинальний перехід) підходи до формування інформаційного суспільства.

Аналіз публікацій вітчизняних науковців дозволяє виокремити кілька підходів до визначення інформаційного суспільства: суспільство нового типу [11-12; 36], нова історична фаза розвитку цивілізацій [13], базоване на знаннях суспільство [37], суспільство з високорозвиненою інформаційною культурою [14]. Найбільш прийнятною і комплексною вважаємо дефініцію, сформульовану авторами статті [15]: «вид суспільства, у якому поступово зростає цінність інформації як важливого та незамінного ресурсу розвитку його всіх основних сфер, а саме соціальної, економічної, політичної та культурної компонентів, та у межах якого активно розвиваються технології оброблення, зберігання та передачі інформації між основними суб'єктами такого суспільства». Систематизуючи, основними ознаками інформаційного суспільства можемо визначити такі: зростання ролі інформації в соціально-економічному розвитку, активне впровадження інформаційних технологій у всі сфери життя людей, розширення доступу до інформаційних ресурсів, зростання попиту і пропозиції інформаційних продуктів, прискорення інформаційного обміну, розвиток глобального інформаційного простору. Підсумовуючи, наголошуємо, що, на нашу думку, поняття інформаційного

суспільства та цифрової економіки не є синонімічними; за своєю суттю категорія «інформаційне суспільство» є ширшою і може включати в себе цифрову економіку. Однак останнє не означає, що термін «цифрова економіка» варто інтегрувати у визначення інформаційного суспільства, оскільки це призведе до зниження ефективності та практичної цінності результатів релевантних досліджень. Отже, наполягаючи на самостійності терміна «цифрова економіка» та актуальності його обігу в науковому середовищі, перейдемо до визначення його особливостей для розмежування з іншими економічними категоріями.

Нині в наукових колах точаться суперечності щодо термінів «цифрова економіка» та «інформаційна економіка». Наш авторський підхід до розуміння сутності цифрової економіки було викладено в статті [16], для уникнення дублювання не наводитимемо повторно сформульовану дефініцію, а сконцентруємось на розгляді підходів до вивчення інформаційної економіки. Передусім варто відзначити, що трактування терміна «інформаційна економіка» наявне у Словнику Кембриджського університету [17], Словнику Оксфордського університету [18] та в українських словниках [19]. Автор даного поняття М. Порат розглядає його в нерозривному зв'язку з інформаційним суспільством, зокрема ставлячи його розвиток у залежність до динаміки розширення інформаційного сектору економіки [20]. У межах інформаційної економіки він виділив первинний (виробництво інформаційних продуктів для кінцевих споживачів) і вторинний (виготовлення товарів, що підлягатимуть подальшій обробці) інформаційний сектори.

Ф. Махлуп [21] інформаційну економіку визначив як такий тип економіки, при якому більшу частку валового внутрішнього продукту становлять види діяльності, пов'язані з виробництвом, обробкою, збереженням і передачею знань та інформації. В аналізованому контексті також слід навести погляди М. Кастельса, який вважав інформаційною такою економіку, у якій конкурентоспроможність суб'єктів залежить від їхньої здатності створювати, обробляти та ефективно використовувати у своїй роботі базовану на знаннях інформацію [8].

Для забезпечення повноти аналізу наведемо позиції деяких українських учених щодо сутності інформаційної економіки. Одразу зауважимо, що деякі вітчизняні науковці є більш схильними до використання терміну «економіка знань», яке наповнюють ознаками інформаційної економіки. А. Маслов інформаційну економіку трактує як «економіку, що утворилась на поєднанні і охоплює елементи традиційної, мережевої та економіки знань, і утворила свої особливі змістові елементи, засновані на інформації та знаннях» [22]. В. Плескач і Т. Затонацька цей термін розглядають як «електронну економічну діяльність, де переважає господарська діяльність у сфері інформаційних послуг, їх виробництва та обміну, де основними ресурсами є інформація та знання» [23]. Як бачимо, це визначення є близьким до думок Й. Масуда і Ф. Махлупа. О. Мельничук пропонує такий підхід до розуміння інформаційної економіки: це «інноваційний тип господарської діяльності, де основними ресурсами є інформація та знання, що забезпечують функціонування електронного бізнесу та надання електронних послуг державою за умов мінімізації витрат на пошук інформації» [24]. З аналізу наведених дефініцій випливає, що більшість вітчизняних учених базою інформаційної економіки визначають знання та інформацію. На підтвердження цієї тези наведемо ще думку О. Чалої, яка зазначала, що інформаційна економіка «включає створення та використання інформаційних ресурсів у структурованому інформаційному просторі, а також забезпечує можливості продукування інтелектуального капіталу та інновацій і тим самим впливає на економічні процеси та суспільно-економічні відносини» [25]. Подібної позиції дотримуються науковці у статті [15], акцентуючи насамперед увагу на трансформації

процесів виробництва, розподілу, обміну, споживання та основних сфер і галузей національної економіки під впливом інформаційних технологій. Погоджуючись із такою позицією, вважаємо за доречно доповнити її думкою Є. Ніколаєва. Він сформулював наступні дефініції: 1) «економічна система, де галузі, в яких створюється інтелектуальний продукт, посідають центральне місце та визначальним чином впливають на функціонування усіх інших галузей» (широке визначення); 2) «окремих сектор національної економіки, де створюється інтелектуальний продукт» (вужьке визначення) [26].

Отже, аналіз низки дефініцій поняття «інформаційна економіка» засвідчує, що в більшості випадків за своїм змістовним наповненням вони перекликаються із визначеннями цифрової [16; 27] і знанневої економіки. Відповідно, доходимо таких умовиводів: по-перше, поняття цифрової та інформаційної економіки за переважною більшістю аспектів є тотожними; по-друге, необхідно проаналізувати наукові підходи до трактування сутності знанневої економіки (економіки знань, економіки, заснованої на знаннях тощо – knowledge-based economy).

Досить стисле й узагальнене визначення економіки знань запропонував П. Дракер: «це такий тип економіки, в якому знання відіграють вирішальну роль» [7]. Визнаний український дослідник В. Геєць сформулював таку дефініцію: «це економіка, в якій домінуючим фактором є процеси накопичення та використання знань; спеціалізовані (наукові) знання, як і повсякденні, стають важливим ресурсом, який поряд із працею, капіталом і природними ресурсами забезпечує зростання й конкурентоспроможність економічної системи» [28]. Відома вітчизняна науковець Л. Федулова визначила економіку знань як економіку, що створює, поширює та використовує знання для забезпечення свого зростання та конкурентоспроможності [29]. Тобто головний акцент у наведених визначеннях зроблено на впливі знань на економічний розвиток та забезпечення конкурентоспроможності країн і суб'єктів господарювання зокрема.

Варто зазначити, що серед вітчизняних науковців є різні підходи до розуміння економіки знань. В. Білоцерківець і А. Ляшенко розглядають цю категорію як «етап розвитку «постіндустріальної економіки», за якого інтелект і знання людини, інформаційні й інші високі технології перетворюються у вирішальний фактор, який визначає тенденції виробничої та соціально-економічної трансформації суспільства» [30]. Іншого підходу дотримується Д. Саїнчук, визначаючи економіку знань як «суспільно-економічне явище, коли здатність до навчання стає ключовим фактором конкурентоспроможності індивіда, зростає попит на людський капітал, який формується через інвестиції в освіту» [31]. Попри відмінності в підходах і відсутність єдиної, погодженої дефініції в наукових публікаціях, більшість учених погоджується на думці, що основними складовими елементами економіки знань є якісна освіта, розвинена інноваційна інфраструктура, наукові розробки, економічні стимули, сучасні інформаційні технології, ефективна інноваційна система та ін. [32, с. 50].

Отже, категорії цифрової економіки та економіки знань не є синонімічними, оскільки містять відмінні риси різних видів економічних систем. Зокрема, цифровій економіці властива широка комп'ютеризація бізнес-процесів, активне збільшення обсягів інформаційних ресурсів, масштабна автоматизація виробництва, суттєве скорочення тривалості процесів збору, обробки, аналізу, інтерпретації та передачі інформації. Інтелект і знання здійснюють вирішальний вплив на розвиток цифрової економіки, оскільки лежать в основі інноваційних інформаційних технологій, забезпечують їх оновлення та ефективного використання в діяльності економічних суб'єктів. При економіці знань спостерігається зростання питомої ваги високотехнологічного сектору в національній економіці, стрімко зростає роль знань та інтелектуальних ресурсів у її розвитку, а також відбувається розширення наукомістких

галузей виробництва. Іншими словами, фундамент цифрової економіки становить інформація, базована на знаннях, та інноваційні інформаційні технології; а економіки знань – знання та наукомісткі виробництва.

Далі проаналізуємо деякі наукові підходи до розуміння інноваційної економіки. В. Делія визначив цю категорію як «продукт знаннєвого суспільства, при якому господарства, підприємства, галузі, країни світу розвиваються з допомогою генерації інноваторами інновацій, трансформованих з фундаментальних наук, для отримання надприбутків за рахунок присвоєння інтелектуальної ренти» [33]. В. Сизоненко пропонує визначення, за яким інноваційна економіка розглядається як така, що базується на знаннях, їх генерації, аналізі, обробці та використанні; знання розцінюється в якості «економічного багатства, інноваційного розвитку країн-продуцентів високотехнологічної продукції» [34]. Визнаючи високий рівень наведених вище підходів, вважаємо за доцільне їх поглиблення і деталізацію. Зокрема, Н. Краус наводить такі визначення: 1) «тип економіки з V і VI технологічним укладом виробництва на взаємопов'язаних інноваційних підприємствах, які зайняті продукуванням й комерціалізацією наукових знань і технологій в інноваційний продукт/послугу шляхом матеріалізації інноваційної ідеї в межах національних кордонів та взаємодія яких забезпечується комплексом інститутів економічного, соціального й правового характеру, що мають свої традиції, норми і правила»; 2) «як економіку результатом ефективного функціонування якої є інноваційний продукт/послуга та у якій суб'єкти господарювання й галузі розвиваються шляхом постійної генерації інноваторами інновацій, що трансформувалися з наукових і фундаментальних розробок, ідей з метою отримання надприбутків та підвищення якісного рівня життя соціуму» [35]. На нашу думку, деталізованість останніх двох із наведених вище дефініцій робить їх вичерпними і такими, що не потребують доповнення, оскільки повною мірою відображають внутрішній зміст і основні характеристики інноваційної економіки. Ретельне вивчення поглядів різних учених на сутність даної дефініції дозволяє констатувати, що поняття цифрової й інноваційної економіки не є тотожними, хоча не позбавлені певних спільних рис і взаємозв'язків. Так, цифрова економіка перебуває в залежності від темпів, інтенсивності й ефективності інноваційного розвитку.

Висновки. У статті проаналізовано деякі наукові підходи до трактування сутності інформаційного суспільства, інформаційної економіки, економіки знань, інноваційної економіки, а також виокремлено їхні основні характеристики. Проведене дослідження дозволило співвіднести поняття цифрової економіки з наведеними вище категоріями, показати їх взаємозалежність або підпорядкованість. Акцент у статті поставлено на визначенні синонімічних понять та термінів, що є пов'язаними між собою. Це дозволило виокремити цифрову економіку як повністю самостійну економічну категорію, що трактується як новий тип економічної системи, у межах якої процеси виробництва, обміну, розподілу та споживання базуються на сучасних інформаційних технологіях, а основні суб'єкти якої спроможні до генерації, трансферу та ефективного використання інформаційних ресурсів. Це такий тип економічної системи, що ґрунтується на інформації, базованій на знаннях і генерованій інтелектуальними ресурсами, а також визначається розвитком інноваційних інформаційних технологій, впровадження яких у діяльність господарюючих суб'єктів спричинює трансформацію їх бізнес-моделей, економічних процесів і способів комунікації зі стейкхолдерами.

Перспективами подальших досліджень визначено дослідження основних факторів розвитку та структури цифрової економіки.

12. Тоффлер Э. Метамарфозы власти / пер. с англ. Москва : АСТ, 2002. 669 с.
13. Тоффлер Э. Третья волна. Москва : АСТ, 2004. 350 с.
14. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / пер. с англ. Москва : Academia, 1999. 56 с.
15. Masuda Y. The Information Society as Postindustrial Society. Washington : Word Future Soc., 1983. P. 45.
16. Drucker P. The new realities. – Oxford, 1996. – 276 p.
17. Дракер П. Посткапиталистическое общество. *Новая постиндустриальная волна на Западе: антология*. Москва : Academia, 1990. С. 70-98.
18. Кастельс М. Информационная эпоха: общество и культура / пер. с англ. под ред. О. И. Шкаратана. Москва : ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
19. The Ideology of International Communications / Schiller Herbert I. et. al. New York : Institute of Media Analysis, 1992. 170 p.
20. Уэбстер Ф. Теория информационного общества / пер. с англ. М. В. Арапова, Н. В. Малыхиной ; под ред. Е.Л. Вартаковой. Москва : Аспект Пресс, 2004. 400 с.
21. Арістова І. В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти / за заг. ред. О.М. Бандурки. Харків: Університет внутрішніх справ. Харків : Вид-во Ун-ту внутр. справ, 2000. 368 с.
22. Данил'ян В. О. Інформаційне суспільство та перспективи його розвитку в Україні (соціально-філософський аналіз) : монографія. Х. : Право, 2008. 184 с.
23. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник / сост. В. А. Ильганаева. Харьков : КП «Городская типография», 2009. 392 с.
24. Бебик В. М. Соціально-комунікаційна праксеологія: поняття і методології. *Інформація і право*. – 2011. – № 2. – С. 53-60.
25. Шкарлет С. М., Дубина М. В. Ідентифікація сутності інформаційної економіки. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2017. № 1(9). С. 99-104.
26. Котелевець Д. Наукові підходи до трактування сутності цифрової економіки. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2021. № 9-10 (286-287). С. 72-77.
27. Cambridge Business English; Dictionary Cambridge University Press. URL: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/information-economy>
28. Oxford Dictionary. URL: https://en.oxforddictionaries.com/definition/information_economy
29. Економічний словник-довідник. URL: <http://subject.com.ua/economic/dict/363.html>
30. Porat Mark U. The Information Economy. Nine volumes. Office of Telecommunication, US Department of Commerce. Washington, 1977.
31. Machlup F. The Production and Distribution of Knowledge in the United States. NJ. : Princeton, 1962. 283 p.
32. Маслов А. О. Теорія інформаційної економіки як альтернативна парадигма сучасної ортодоксії. *Парадигмальні зрушення в економічній теорії XXI століття* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 15-16 листопада 2012 р. Київ : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2012. С. 115-119. URL: http://econom.kiev.ua/paradigm_et/conf_materials.pdf
33. Плєскач В. Л., Затонацька Т. Г. Електронна комерція. Київ : Знання, 2007. 535 с.
34. Мельничук О. Розвиток електронної комерції у структурі інформаційної економіки України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2014. № 8(161). С. 93-97.
35. Чала О. В. Сутнісні аспекти інформаційної економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2012. № 40. С. 76-79.
36. Ніколаєв Є. Б. Про предмет теорії інформаційної. *Проблеми формування нової економіки XXI століття* : матеріали III Міжнар.наук.-практ. конф., 23-24 грудня 2010 р. : в 6 т. Дніпропетровськ : Біла К.О., 2010. Т. 1 : Національні стратегії розвитку в умовах глобалізації. С. 59-61.
37. Дубина М., Попело О., Тарасенко О. Інституційні трансформації фінансової системи України в умовах розвитку цифрової економіки. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. № 1(25). С. 91-110.
38. Геєць В. Характер перехідних процесів до економіки знань. *Економіка України*. 2004. № 4. С. 4-14.
39. Федулова Л. И. Концептуальные основы экономики знаний. *Экономическая теория*. 2008. № 2. С. 37-59.
40. Білоцерківець В. В., Лященко А. В. Нова економіка: сутність та генеза : монографія. Д. : Січ, 2007. – 221 с.
41. Сяйчук Д. В. Сфера послуг як пріоритетний напрямок економічного розвитку в умовах переходу до економіки знань. *Збірник наукових праць «Економічні науки»*. 2010. С. 45-53. URL: http://zbirnik.bukuniver.edu.ua/issue_articles/9_1.pdf

42. Тищенко В. Ф. Теоретичне забезпечення розвитку економіки знань засобами публічно-приватного партнерства в регіонах України : дис. ... д-ра екон. наук за спец-тю 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка». Харків, 2016. 437 с.
43. Делия В. П. Инновационная экономика и устойчивое развитие : монография. Балашиха : Де-По, 2011. 256 с.
44. Сизоненко В. О. Фінансування інноваційно орієнтованої економіки в умовах інституціональної невизначеності. *Фінанси України*. 2013. № 5. С. 80–89.
45. Краус Н. М. Інноваційна економіка в глобалізованому світі: інституціональний базис формування та траєкторія розвитку : монографія. Київ : Аграр Медіа Груп, 2019. 492 с.
46. Kholiavko N. Systematization of Scientific Approaches to the Interpretation of Information Economy. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2017. Vol. 3, No. 4. Pp. 157-164.
47. Ліпкан В. А., Залізник В. А. Систематизація інформаційного законодавства України : [монографія] / за заг. ред. В. А. Ліпкана. Київ : ФОП О. С. Ліпкан, 2012. 332 с.

References

1. Toffler, A. *Powershift*. New York, Bantam Books, 1990.
2. Toffler, Э. *Metamorphoses of power*. AST, 2002.
3. Toffler, Э. *The Third Wave*. AST, 2004.
4. Bell, D. *The Coming Post-Industrial Society. Experience of social forecasting*. Academia, 1999.
5. Masuda, Y. *The Information Society as Postindustrial Society*. Washington: Word Future Soc., 1983.
6. Drucker, P. *The new realities*. Oxford, 1996.
7. Draker, P. (1990). "Postcapitalist society." *New post-industrial wave in the West: an anthology*, p. 70-98.
8. Kastels, M. *The Information Age: Society and Culture*. Ttrans. O.I. Shkaratana. HU VShE, 2000.
9. Schiller, Herbert I. et. al. *The Ideology of International Communications*. New York: Institute of Media Analysis, 1992.
10. Uebster, F., Vartanova, E.L. (Ed.). *Theory of the information society*. Ttrans. M.V. Arapov, N.V. Malychyna. Aspekt Press, 2004.
11. Aristova, I.V., Bandurka, O.M. (Ed.). *State information policy: organizational and legal aspects*. Universytet vnutrishnikh sprav, 2000.
12. Danylian, V.O. *Information society and prospects of its development in Ukraine (socio-philosophical analysis)*. Pravo, 2008.
13. Ilhanaeva, V.A. *Social communications (theory, methodology, activity): dictionary-reference book*. KP «Horodskaia typohrafiya», 2009.
14. Bebyk, V.M. "Socio-communication praxeology: concepts and methodologies." *Information and law*, no. 2, 2011, pp. 53-60
15. Shkarlet, S.M., Dubyna, M.V. "Identification of the essence of the information economy." *Problems and prospects of economics and management*, no. 1(9), 2017, pp. 99-104.
16. Kotelevets, D. "Scientific approaches to the interpretation of the essence of the digital economy." *Scientific Bulletin of Odessa National University of Economics*, no. 9-10(286-287), 2021, pp. 72-77.
17. Cambridge Business English; Dictionary Cambridge University Press. <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/information-economy>.
18. Oxford Dictionary. https://en.oxforddictionaries.com/definition/information_
19. Economic dictionary-reference book. <http://subject.com.ua /economic/ dict/363>.
20. Porat, M. U. *The Information Economy. Nine volumes. Office of Telecommunication, US Department of Commerce*. Washington. 1977.
21. Machlup, F. *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*. NJ.: Princeton, 1962.
22. Maslov, A.O. "Theory of information economics as an alternative paradigm of modern orthodoxy." *Paradigmatic shifts in the economic theory of the XXI century: materials of the International scientific-practical conference* (pp. 115-119). Kyivskyi natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka. 2012. http://econom.kiev.ua/paradigm_et/conf_materials.pdf.
23. Pleskach, V.L., Zatonatska, T.H. *E-Commerce*. Znannia, 2007.
24. Melnychuk, O. "Development of e-commerce in the structure of the information economy of Ukraine." *Bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv*, no. 8(161), 2014, pp. 93-97.
25. Chala, O.V. "Essential aspects of the information economy." *Bulletin of Transport Economics and Industry*, no. 40, 2012, pp. 76-79.
26. Nikolaiev, Ye.B. "On the subject of information theory." *Problems of formation of the new economy of the XXI century: materials of the III International scientific-practical. Conference*, Vol. 1: National development strategies in the context of globalization, 2010, pp. 59-61.
27. Dubyna, M., Popelo, O., Tarasenko, O. "Institutional transformations of the financial system of Ukraine in the conditions of digital economy development." *Problems and prospects of economics and management*, no. 1(25), 2021, pp. 91-110.

28. Heiets, V. "The nature of transitional processes to the knowledge economy." *Ukraine economy*, no. 4, 2004, pp. 4-14.
29. Fedulova, L.I. "Conceptual foundations of the knowledge economy." *Economic theory*, no. 2, 2008, pp. 37-59.
30. Bilotserkivets, V.V., Liashenko, A.V. *New Economics: Essence and Genesis*. Sich, 2007.
31. Sainchuk, D.V. "The service sector as a priority area of economic development in the transition to a knowledge economy." *Collection of scientific works "Economic Sciences"*, 2010, pp. 45-53. http://zbirnik.bukuniver.edu.ua/issue_articles/9_1.pdf.
32. Tyshchenko, V.F. *Theoretical support for the development of the knowledge economy through public-private partnership in the regions of Ukraine* [Doctor dissertation]. Kharkiv, 2016.
33. Delyia, V.P. *Innovative economy and sustainable development*. De-Po, 2011.
34. Syzonenko, V.O. "Financing of innovation-oriented economy in terms of institutional uncertainty." *Finance of Ukraine*, no. 5, 2013, pp. 80–89.
35. Kraus N.M. *Innovative economy in the globalized world: institutional basis of formation and trajectory of development*. Ahrar Media Hrup, 2019.
36. Kholiavko, N. Systematization of Scientific Approaches to the Interpretation of Information Economy. *Baltic Journal of Economic Studies*, no. 3(4), 2017, pp. 157-164.
37. Lipkan, V. A. (Ed.), V.A., Zalizniak, V.A. *Systematization of information legislation of Ukraine*. FOP O. S. Lipkan, 2012.

УДК 330.52:004

doi: 10.15330/apred.2.18.247-254

Якушко І.В.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Міжнародний науково-технічний
університет імені академіка Юрія Бугая
кафедра менеджменту, маркетингу та
публічного управління,
Магнітогорський провулок, 3, м. Київ,
02000, Україна
тел.: 044 353 47 07,
e-mail: yakushko_i@ukr.net,
ORCID ID : 0000-0003-1161-7383

Анотація. Розвиток національної економіки в більшості розвинутих країн світу сьогодні відбувається в складних умовах цифровізації всіх сфер суспільства. В економічній сфері використання цифрових технологій відбувається дуже активно, оскільки потенціал таких технологій для забезпечення ефективного розвитку різних економічних систем є колосальним. Значний перелік сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, можливість їх використання в різних умовах підвищують інтерес науковців до пізнання особливостей розвитку таких технологій, їх позитивного впливу на функціонування національної економіки.

Метою статті є поглиблення теоретичних положень цифровізації національної економіки та конкретизація особливостей її розвитку в умовах цифрової трансформації суспільства. Для досягнення поставленої мети використано методи синтезу та систематизації, наукового абстрагування та аналізу.

У результаті проведення дослідження встановлено, що цифровізація вже є невід’ємною складовою функціонування економічних систем на різних ієрархічних рівнях. Її об’єктивний та всеохоплюючий вплив сьогодні відбувається у всіх секторах та галузях національної економіки. У статті значна увага приділена розумінню сутностей таких понять як цифровізація та цифрова трансформація. Встановлено, що категоріальний простір, який сьогодні сформувався у даному напрямку проведення наукових досліджень є вже досить широким.

Проте саме поняття цифровізації та цифрової трансформації займають ключове місце у межах такого простору. Відповідно у статті розглянуті сформовані наукові підходи до розгляду цих категорій, аналіз яких дозволяє констатувати, що цифровізація – поступовий процес впливу сучасних інформаційно-комунікаційних технологій на окремі суспільні процеси, системи, які в результаті такого впливу отримують нові стимули до власного розвитку, або зазнають руйнувань та поступово зникають. Цифрова трансформація – сукупність змін, які відбуваються в суспільних системах, у т.ч. і в межах національної економіки у результаті впливу сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Також у статті визначено основні наслідки цифровізації національної економіки.

Ключові слова: цифровізація, цифрова трансформація, національна економіка, інформаційно-комунікаційні технології, економічна інформація, економічна система.

Yakushko I.V.

THE THEORETICAL ASPECTS OF NATIONAL ECONOMY DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION

International scientific and technical
IHE «Academician Yuriy Bugay International
Scientific and Technical University»
Department of Management,
Marketing and Public Administration
Magnitogorsky Lane, 3, Kyiv,
02000, Ukraine
tel.: 044 353 47 07,
e-mail: yakushko_i@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0003-1161-7383

Abstract. The development of the national economy in most developed countries today is taking place in difficult conditions of the digitalization of all spheres of society. In the economic sphere, the use of digital technologies is very active, as the potential of such technologies to ensure effective development of various economic systems is enormous. A significant list of modern information and communication technologies, the possibility of their use in different conditions increase the interest of scientists to learn about the peculiarities of these technologies' development, their positive impact on the national economy functioning.

The purpose of the article is to deepen theoretical provisions of the digitalization of the national economy and specify the features of its development in digital transformation of society.

It was found within the study that digitalization is already an integral part of the functioning of economic systems at different hierarchical levels. Its objective and comprehensive level today can be felt in all sectors and branches of the national economy. Within the article, much attention is paid to understanding the essence of such concepts of digitalization and digital transformation. It is established that the categorical space that has been formed today in this area of research is already quite wide. However, the very concept of digitalization and digital transformation occupy a key space within this space. Accordingly, within the article, current scientific approaches to these categories, which analysis allows to state that digitalization is a gradual process of the impact of modern information and communication technologies on certain social processes, and systems that are a result of such influence receive new incentives for their own development and gradually disappear, are considered. Digital transformation – a set of changes that occur in social systems, including and within the national economy as a result of the impact of modern information and communication technologies. Within the article, the main consequences of the national economy digitalization are also determined.

Key words: digitalization, transformation, national economy, information and communication technologies, economic information, economic system.

Вступ. Розвиток національної економіки в більшості розвинутих країн світу сьогодні відбувається в складних умовах цифровізації всіх сфер суспільства. Поступове використання потенціалу цифрових технологій дозволяє значно підвищити ефективність функціонування суспільних систем, що сприяє зростанню попиту на такі технології. Також використання цифрових технологій дозволяє підвищити якість надання послуг споживачам, спростити значну кількість рутинних процесів та вивільнити більше часу для розвитку індивідуальних, вроджених здібностей людини.

В економічній сфері використання цифрових технологій відбувається дуже активно, оскільки потенціал таких технологій для забезпечення ефективного розвитку різних економічних систем є колосальним [4]. Саме тому сьогодні значна кількість підприємств різних форм власності намагаються поступово впроваджувати у свою діяльність такі інновації. Особливого поширення такі технології набули у фінансовій сфері, а їх впровадження значно трансформувало цю сферу, сприяло виникненню нових можливостей для клієнтів фінансових установ, забезпеченню зростання їх ефективності роботи [14].

Активне використання інформаційно-комунікаційних технологій сьогодні відбувається у всіх секторах та галузях національного виробництва. Їх ефективність, доступність та позитивний вплив на економічні процеси дозволяють оптимізувати значну кількість виробничих, організаційних процесів. Також такі технології змінюють усталені принципи функціонування таких сфер економіки, сприяють формуванню нових галузей національного господарства. Цифрові технології сьогодні також впроваджуються у сфери освіти, охорони здоров'я, надання адміністративних послуг і т.д., не кажучи вже про сферу торгівлі, ресторанний та туристичний бізнес. Такі технології вже використовують всюди, але ступінь використання їх потенціалу різний.

Постановка завдання. Активна цифровізація національної економіки, яка спостерігається у всіх розвинутих країнах, враховуючи її потенціал до продукування змін, активно вивчається сьогодні вченими у всьому світі. Саме значний, непізнаний до кінця потенціал цифрових технологій актуалізує зростання попиту з боку науковців до проведення нових досліджень у цій сфері. Важливою складовою забезпечення інтересу вчених до процесів цифровізації та загалом до процесу формування у світі цифрової економіки є наявність можливостей у цифрових технологій реально, досить швидко покращувати життєдіяльність громадян у всіх сферах суспільства і тим самим забезпечувати значне зростання якості та ефективності функціонування економічних систем. Значний перелік сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, можливість їх використання в різних умовах підвищують інтерес науковців також до пізнання особливостей розвитку таких технологій, їх позитивного впливу на функціонування сучасного суспільства.

Враховуючи окреслене важливість впровадження цифрових технологій у розвиток національної економіки у науковій сфері окреслені питання сьогодні вивчаються вченими у всьому світі. Серед вітчизняних науковців питання цифровізації національної економіки, розвитку цифрової трансформації в її окремих галузях досліджували такі з них: А. Доманський, М. Дубина, А. Жаворонок, І. Іртищева, К. Ковтонюк, Л. Лігоненко, Л. Любохинець, В. Ляшенко, М. Макарова, В. Марченко, О. Сенкевич, О. Степанова, І. Струтинська, А. Хрипко, К. Шапошников, С. Шкарлет, Є. Шпуляр та ін.

Проте, незважаючи на численні напрацювання науковців в даному напрямку, актуальними все одно залишаються питання розгляду впливу цифрових технологій на розвиток національної економіки, поглиблення теоретичних аспектів цифровізації суспільства так і його економічної сфери. Така ситуація обумовлюється значним

потенціалом цифрових технологій, який постійно розширюється, враховуючи нові розробки в сфері інформаційно-комунікаційних інновацій.

Метою статті є поглиблення теоретичних положень цифровізації національної економіки та конкретизація особливостей її розвитку в умовах цифрової трансформації суспільства. Для досягнення поставленої мети використано методи синтезу та систематизації, наукового абстрагування та аналізу.

Результати. Сучасний розвиток економіки будь-якої країни безпосередньо пов'язаний з розробкою, впровадженням та використанням сучасних цифрових технологій. Такі технології вже відіграють ключову роль у забезпеченні інноваційно орієнтованого розвитку національного господарства. Цифровізація економічних процесів, їх зміна в результаті впливу інформаційно-комунікаційних технологій є процесом вже перманентним і від його результативності залежить рівень конкурентоспроможності економічних систем на різних ієрархічних рівнях, починаючи від суб'єктів господарської діяльності і завершуючи національним господарством.

У процесі реалізації наукових досліджень у сфері розвитку національної економіки в умовах цифрової трансформації виникають закономірно питання щодо сутності такої трансформації і загалом природи процесу цифровізації (діджиталізації), які сьогодні спостерігаємо у всіх сферах суспільства. Розглянемо зміст окреслених понять більш детально. Одразу зазначимо, що сьогодні в науковій літературі можна зустріти значний спектр різних підходів до визначення їх сутності. Розглянемо окремі з них.

ОЕСД пропонує розглядати цифровізацію як процес взаємопов'язаного використання даних і цифрових технологій, який сприяє появі нових або зміні існуючих видів діяльності [15]. Дубина М., Козлянченко О. зауважують, що цифровізація – це сучасний етап розвитку суспільства та економіки, який супроводжується значним рівнем дифузії інформаційних технологій, інформаційних ресурсів та суспільних процесів у наслідок чого відбувається оцифрування даних різної природи, що розширює можливості їх використання в усіх сферах людської діяльності [3, с. 26]. Також Лігоненко Л. О., Хрипко А., Доманський А. стверджують наступне: цифровізація є необхідним процесом розвитку сучасних підприємств в умовах неоекономіки. Вона покликана спростити та прискорити роботу з великими базами даних, забезпечити автоматизацію усіх видів діяльності, покращення комунікації з клієнтами, постачальниками та партнерами та усіма інститутами зовнішнього середовища, формування нових засад взаємодії в межах підприємства - між підрозділами, працівниками, менеджментом, перехід до нових організаційних форм господарювання (мережева та віртуальна економіка) [6].

Отже, враховуючи зміст окреслених підходів, варто констатувати, що цифровізація являє собою поступовий процес впливу сучасних інформаційно-комунікаційних технологій на окремі суспільні процеси, системи, які в результаті такого впливу отримують нові стимули до власного розвитку, або зазнають руйнувань та поступово зникають. Зауважимо, що досить часто науковці стверджують лише про позитивний вплив цифрових технологій, але варто розуміти, що сприяючи підвищенню ефективності функціонування окремих систем, такі технології часто змінюють принципи їх функціонування, трансформують механізми їх розвитку. При цьому також виникає сукупність елементів, систем, які поступово припиняють своє функціонування, оскільки в новій моделі розвитку вони вже не потрібні. Відбувається поступовий процес еволюційного розвитку суспільних систем, в якому сьогодні цифрові технології відіграють ключову роль.

Розглянемо природу процесу цифрової трансформації. Для цього наведемо декілька підходів до розгляду її сутності.

1) цифрова трансформація – це культурна, організаційна та операційна зміна організації, галузі чи екосистеми шляхом розумної інтеграції цифрових технологій, процесів та компетенцій на всіх рівнях та функціях поетапно та стратегічно [13];

2) цифрова трансформація – процес еволюції економічних, соціальних, виробничих, техніко-технологічних відносин у суспільстві, викликаний розвитком інформаційно-комунікаційних технологій [10, с. 93];

3) цифрова трансформація – впровадження цифрових технологій в усі сфери бізнесу з метою побудови більш стійких відносин та кращого розуміння потреб клієнтів [1, с. 105];

4) цифрова трансформація – політика і процес впливу держави на суспільство загалом, його інституції, апарат самої держави, економіку і бізнес із метою впровадження цифрових інформаційно-комунікаційних технологій в їх життєдіяльність [8, с. 280];

5) цифрова трансформація – організаційні чи суспільні зміни на основі впровадження цифрових технологій в усі аспекти взаємодії з людиною [5, с. 143];

6) цифрова трансформація – зміна культури та мислення організації при переході від традиційних процесів до цифрових технологій у внутрішній, орієнтований на персонал (*employee-facing*), і зовнішній, орієнтований на клієнта (*customer-facing*), функціях компанії, та дозволяє адаптувати організацію до швидкого розвитку технологій [9].

Отже, доцільно допустити, що цифрова трансформація це певна сукупність змін, які відбуваються в суспільних системах на основі використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій [3; 7]. Така трансформація процесів актуальна не лише на рівні окремих підприємств, а цілі галузі вибирають для себе цей шлях розвитку як єдину можливість відповідати умовам мінливого світу. Завдяки цьому цифрова трансформація промисловості, роздрібною торгівлі, державного сектора та інших сфер вже сьогодні змінює життя кожної людини і кожної організації [11]. Відповідно уряди більшості розвинутих країн намагаються стимулювати розвиток сфер господарства, в межах яких новітні технології розробляються. Фактично це нові інноваційні сектори економіки, яких п'ятнадцять-двадцять років тому взагалі не існувало [2; 16].

Таким чином, цифрова трансформація це об'єктивний процес, який буде активно розвиватися в усьому світі, оскільки інших, альтернативних шляхів забезпечення ефективного розвитку економіки країн, підвищення рівня життя громадян на сьогодні не існує. Потенціал інформаційно-комунікаційних технологій до кінця вченими не досліджений, оскільки досить часто нові технології та відкриття є причинами розробки ще кращих інновацій і такий процес передбачити складно. Цифрова трансформація характеризує тотальний, всеохоплюючий вплив інформаційно-комунікаційних технологій на розвиток основних економічних процесів у системі національного господарства. Якщо розглянути такі процеси та зміни, що в них відбулися, то можна зробити наступні висновки:

1) *виробництво* – автоматизація виробництва товарів, послуг на основі використання штучного інтелекту, роботизація виробництва, створення надсучасних фабрик та заводів, які повністю управляються штучним інтелектом за допомогою акумуляції значних масивів інформації про всі виробничі процеси, які формуються на основі активного використання сучасних інструментів збору економічної інформації;

2) *розподіл* – підвищення доступності товарів послуг, надання можливостей отримувати окремі види послуг за допомогою використання інформаційно-комунікаційних послуг, здійснювати пошук необхідних ресурсів, комплектуючих, товарів у всьому світі за допомогою мережі інтернет. Цифрові технології значно

прискорюють процеси розподілу засобів виробництва і продуктів між всіма економічними суб'єктами, та робочої сили між галузями та секторами національного господарства;

3) *обмін* – цифрові технології активно сприяють розвитку торгівлі у всьому світі, значно прискорили процеси оплати між виробниками та споживачами, активізували розвиток світової платіжної системи. Використання смартфона дозволяє сьогодні швидко проводити платежі за товари, послуги, обирати необхідну продукцію, замовляти доставку додому і при необхідності здійснювати оплату на місці;

4) *споживання* – сучасні цифрові технології здійснюють значний вплив на даний процес, сприяючи підвищенню рівня обслуговування клієнтів, зростанню важливості власної репутації виробника, продавця, надаючи можливості клієнтам швидко отримати інформацію про товари, послуги, ознайомитися з відгуками інших споживачів, переглянути рейтинги таких товарів; значно прискорився та спростився процес отримання продукції, її вибору, повернення та оплати.

Таким чином можна стверджувати, що цифровізація як універсальний процес, який на сьогодні проникає у всі сфери життєдіяльності людини, впливає наступним чином на розвиток національної економіки:

1) сприяє зміні структури національного господарства, виникненню нових галузей, підгалузей вже існуючих, який в цілому притаманний інноваційний розвиток;

2) сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності країни на світових ринках капіталу, товарів та сировини;

3) дозволяє налагодженню взаємодії між постачальниками, виробниками та покупцями товарів та іншої продукції у всьому світі, що впливає на ефективність роботи кожного;

4) активізує розвиток окремих галузей господарства, підвищує попит на їх послуги (логістичні послуги, послуги зв'язку, фінансові послуги);

5) сприяє глибокій трансформації сфери фінансових послуг, покращенню якості надання фінансових послуг, зміни принципів функціонування та розвитку такої сфери;

6) значно змінює сферу споживання, дозволяє клієнтам, покупцям отримати інформацію про товари, послуг ще до моменту звернення до їх продавців;

7) сприяє розвитку світової торгівлі, особливо між мікропідприємствами, розширює можливості для фізичних осіб купувати товари у всьому світі;

8) значно змінює процес управління суб'єктами господарювання, підвищує можливості збору різного роду інформації, її автоматичного опрацювання та надання керівництву;

9) підвищує важливість репутації всіх суб'єктів господарювання в економічних відносинах;

10) дозволяє підвищити оперативність та якість рішень органів державної влади та місцевого самоврядування при прийнятті рішень через підвищення якості збору, акумулювання та обробки макроекономічної, фінансової та іншої господарської інформації і т.д.

Таким чином всі господарські процеси в межах національної економіки, діяльність окремих видів економічних суб'єктів сьогодні зазнають впливу сучасних інноваційно-інформаційних технологій. Цілком правильно стверджувати і про розвиток таких інновацій у подальшому [12]. Це об'єктивно вимагатиме трансформації економіки країн, сприятиме зміні усталеної структури їх національного господарства.

Висновки. Таким чином у статті розглянуто теоретичні аспекти впливу цифровізації на розвиток національної економіки. У результаті проведення дослідження встановлено, що цифровізація вже є невід'ємною складовою функціонування

економічних систем на різних ієрархічних рівнях. Її об'єктивний та всеохоплюючий вплив сьогодні відбувається у всіх секторах та галузях національної економіки.

У статті значна увага приділена розумінню сутностей таких понять як цифровізація та цифрова трансформація. У підсумку встановлено, що категоріальний простір, який сьогодні сформувався у даному напрямку проведення наукових досліджень є вже досить широким. Проте саме поняття цифровізації та цифрової трансформації займають ключове місце у межах такого простору. Відповідно у статті розглянуті сформовані наукові підходи до розгляду цих категорій, аналіз яких дозволяє констатувати, що цифровізація – поступовий процес впливу сучасних інформаційно-комунікаційних технологій на окремі суспільні процеси, системи, які в результаті такого впливу отримують нові стимули до власного розвитку, або зазнають руйнувань та поступово зникають. Цифрова трансформація – сукупність змін, які відбуваються в суспільних системах, у т. ч. і в межах національної економіки у результаті впливу сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Також було визначено основні наслідки цифровізації національної економіки.

Подальші наукові напрямки у даному напрямку досліджень можуть полягати у конкретизації, опису наслідків цифровізації для окремих економічних суб'єктів, галузей та сфер національної економіки, обґрунтуванні передумов їх впровадження та потенціалу до трансформації цих економічних систем.

1. Головачов І. А., Ніфатова О. М. Драйвери цифрової трансформації бізнесу в Україні: можливості та перешкоди. *Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації* : тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 8 жовтня 2021 року). Київ : КНУТД, 2021. С. 105-106. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/18915/1/PIONBUG_2021_P105-106.pdf. (дата звернення: 5.05.2022).
2. Гуренко А. В., Гашутіна О. Е. Напрями розвитку систем управління в умовах діджиталізації бізнесу в Україні. *Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка*. 2018. № 19. С. 739-745.
3. Дубина М., Козлянченко О. Концептуальні аспекти дослідження сутності діджиталізації та її ролі у розвитку сучасного суспільства. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 3(19). С. 21-32.
4. Дульська І. В. Цифрові технології як каталізатор економічного зростання. *Економіка і прогнозування*. 2015. № 2. С. 119–133.
5. Круглов В. Державна політика трансформації ринку праці: виклики цифрової епохи. *Науковий вісник: Державне управління*. 2021. № 1(7). С. 140-161. URL: <https://nvdu.undicz.org.ua/index.php/nvdu/article/view/147/141> (дата звернення: 5.05.2022).
6. Лігоненко Л. О., Хрипко А., Доманський А. Зміст та механізм формування стратегії діджиталізації в бізнес-організаціях. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2018. № 22(62). С. 20-24. URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/31349/Khripko_18.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 5.05.2022)..
7. Ляшенко В. І., Вишневецький О. С. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку : монографія. Київ, 2018. 252 с.
8. Марченко В. Б. Поняття та правове забезпечення цифрової трансформації в Україні. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2019. № 6. С. 279-282. URL: http://www.lsej.org.ua/6_2019/68.pdf (дата звернення: 5.05.2022)..
9. Новак І. М. Трансформація менеджменту персоналу в цифровій екосистемі організації. *Соціально-трудова сфера в координатах нової економіки та глобальної соціоекономічної реальності: виклики, шляхи розвитку* : зб. тез доп. учасників Міжнар. наук.-практ. конф.; 11–12 листопада 2020 р. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» ; [редкол.: А. М. Колот (голова) та ін.]. Київ : КНЕУ, 2021. С. 218–220. URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/35210/Sts_11_20_51.pdf?sequence=1 (дата звернення: 5.05.2022).
10. Струтинська І. В. Дефініції поняття «цифрова трансформація». *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 48-2. С. 91-96.
11. Тонюк М. О. Цифрова трансформація соціально-економічної системи. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/121.pdf> (дата звернення: 5.05.2022)..

12. Шапошников К. С. Вплив інституційного середовища на інноваційний розвиток економіки регіону. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 29. С. 34-36.
13. Digital transformation: online guide to digital business transformation. URL: <https://www.i-scoop.eu/digital-transformation> (дата звернення: 5.05.2022)..
14. Dubyna M., Zhavoronok A., Kudlaieva N., Lopashchuk I. Transformation of household credit behavior in the conditions of digitalization of the financial services market. *Journal of Optimization in Industrial Engineering*. 2021. Vol. 14(1). Pp. 97–102.
15. OECD (2019). Vectors of Digital Transformation. OECD Digital Economy Papers. No. 273. OECD Publishing. Paris. URL: <https://doi.org/10.1787/5ade2bba-en>
16. Shkarlet S., Dubyna M., Shtyrhun K. Transformation of the Paradigm of the Economic Entities Development in Digital Economy. *WSEAS TRANSACTIONS on ENVIRONMENT and DEVELOPMENT*. 2020. Vol. 16. Pp. 413-422.

References

1. Holovachev, I.A., and Nifatova, O.M. “Drivers of digital business transformation in Ukraine: opportunities and obstacles.” *Problems of integration of education, science and business in the context of globalization*: abstracts of the III International scientific-practical conference, 2021, pp. 105-106, er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/18915/1/PIONBUG_2021_P105-106.pdf. Accessed 5 May 2022
2. Hurenko, A.V., and O.E. Gashutina. “Directions of development of management systems in the conditions of digitalization of business in Ukraine.” *Development of productive forces and regional economy*, no. 19, 2018, pp. 739–745.
3. Dubyna M., and Kozlyanchenko O. “Conceptual aspects of the study of the essence of digitalization and its role in the development of modern society.” *Problems and prospects of economics and management*, no. 3 (19), 2019, pp. 21-32.
4. Dulskaya, I.V. “Digital technologies as a catalyst for economic growth.” *Economics and forecasting*, no. 2. 2015, pp. 119–133.
5. Kruglov, V. “State policy of labor market transformation: the challenges of the digital age.” *Scientific Bulletin: Public Administration*, no. 1 (7), 2021, pp. 140-161, nvdu.undic.org.ua/index.php/nvdu/article/view/147/141. Accessed 5 May 2022
6. Ligonenko, L., Khrypko, A., and A.Domansky. “Content and mechanism of formation of digitalization strategy in business organizations.” *International scientific journal “Internauka”*, no. 22 (62), 2018, pp. 20-24, ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/31349/Khripko_18.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Accessed 5 May 2022
7. Lyashenko, V.I., and O.S.Vyshnevsky. *Digital modernization of the economy of Ukraine as an opportunity for breakthrough development*. Kyiv, 2018.
8. Marchenko, V.B. “The concept and legal support of digital transformation in Ukraine.” *Legal scientific electronic journal*, no. 6, 2019, pp. 279–282, www.lsej.org.ua/6_2019/68.pdf. Accessed 5 May 2022
9. Novak, I.M. “Transformation of personnel management in the digital ecosystem of the organization.” *Socio-labor sphere in the coordinates of the new economy and global socio-economic reality: challenges, ways of development*: coll. thesis add. participants International. scientific-practical conf., Kyiv, KNEU, 2021, pp. 218–220, ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/35210/Sts_11_20_51.pdf?sequence=1. Accessed 5 May 2022
10. Strutinskaya, I.V. “Definitions of «digital transformation».” *Black Sea Economic Studies*, vol. 48-2, 2019, pp. 91-96.
11. Tonyuk, M.O. Digital transformation of the socio-economic system, conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/121.pdf. Accessed 5 May 2022
12. Shaposhnikov, K.S. “Influence of the institutional environment on the innovative development of the region's economy.” *Black Sea Economic Studies*, vol. 29, 2018, pp. 34-36.
13. Digital transformation: online guide to digital business transformation, www.i-scoop.eu/digital-transformation.
14. Dubyna, M., Zhavoronok, A., Kudlaieva, N., and Lopashchuk, I. “Transformation of household credit behavior in the conditions of digitalization of the financial services market.” *Journal of Optimization in Industrial Engineering*, vol. 14 (1), 2021, pp. 97–102.
15. OECD. “Vectors of Digital Transformation.” *OECD Digital Economy Papers*, no. 273, 2019. doi.org/10.1787/5ade2bba-en.
16. Shkarlet, S., Dubyna, M., and Shtyrhun, K. “Transformation of the Paradigm of Economic Entities Development in Digital Economy.” *WSEAS TRANSACTIONS on ENVIRONMENT and DEVELOPMENT*, vol. 16, 2020, pp. 413-422.

НАПРЯМИ ТА РЕЗЕРВИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

¹Івано-Франківський національний
технічний університет нафти і газу,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра туризму,
вул. Карпатська, 15, Івано-Франківськ,
76019, Україна,
тел.: +38 (099) 702 21 30,
e-mail: natalinki@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0001-9440-7431

²Івано-Франківський коледж
Львівського національного аграрного університету,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра фінансів, банківської справи та страхування,
вул. Юності, 11, Івано-Франківськ,
76492, Україна,
тел.: +38 (066) 801 04 73,
e-mail: sheketa-evgenija@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0001-7182-9447

Анотація. У статті автори здійснили спробу оцінки соціально-економічних наслідків російської повномасштабної агресії на території України. Визначено основні проблеми, з якими стикнулася наша економіка, зокрема: відтік іноземного і внутрішнього капіталу з країни; руйнування логістичної інфраструктури; кілька мільйонів біженців, які змушені були емігрувати або до інших країн, або до інших регіонів всередині країни, та втратили роботу – головне джерело своїх доходів, вони випали з економічного кругообігу країни, оскільки такі громадяни не мають можливості споживати і виробляти продукти і послуги, сплачувати податки тощо; інфляція, падіння купівельної спроможності національної валюти, необхідність державного фінансування соціальних виплат для населення та фінансування збройних сил України, що провокує посилення дефіциту державного бюджету країни, який через війну поповнюється значно нижчими темпами. Описані прогностичні явища, з якими стикнеться економіка нашої держави через російську агресію та масштабні руйнування.

Визначено, що аналог “Плану Маршалла”, який сприяв майже повному відновленню економік європейських країн за часів після Другої світової війни, може стати базовим стартовим майданчиком для швидкого відновлення нашої держави. Цей комплексний план має передбачати відновлення зруйнованого господарства, модернізацію державних структур та максимальне прискорення розвитку України.

Проаналізовано основні фактичні та прогностичні показники щодо оцінки рівня втрат національної економіки внаслідок бойових дій на території України. Виокремлено основні етапи для успішної економічної трансформації в нашій країні, зокрема: розробка та впровадження сучасної інноваційної концепції трансформації економіки із врахуванням реально встановленої геополітичної ситуації; реалізація розробленої та погодженої вітчизняними вченими, дослідниками, науковцями та урядом стратегії відновлення та розвитку територій, які перебували під окупацією або були пошкоджені в результаті ракетних обстрілів; ідентифікація пріоритетних галузей економіки.

Ключові слова: економіка, повоєнне відновлення, перспективні сфери економічної діяльності, економічне зростання.

**DIRECTIONS AND RESERVES OF POST-WAR RECONSTRUCTION
ECONOMY OF UKRAINE**

¹Ivano-Frankivsk National Technical
University of Oil and Gas,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Tourism,
Karpatska str., 15, Ivano-Frankivsk,
76019, Ukraine,
tel.: +38 (099) 702 21 30,
e-mail: natalinki@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0001-9440-7431

²Ivano-Frankivsk College of Lviv
National Agrarian University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Finance, Banking and Insurance,
Yunosti str., 11, Ivano-Frankivsk,
76492, Ukraine,
tel.: +38 (066) 801 04 73,
e-mail: sheketa-evgenija@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0001-7182-9447

Abstract. In the article, the authors attempted to assess the socio-economic consequences of Russia's full-scale aggression on the territory of Ukraine. The main problems faced by our economy are identified, in particular: the outflow of foreign and domestic capital from the country; destruction of logistics infrastructure; several million refugees who were forced to emigrate to other countries or to other regions within the country and lost their jobs - the main source of income, they fell out of the economic cycle of the country because such citizens are unable to consume and produce products and services, pay taxes, etc.; inflation, falling purchasing power of the national currency, the need for state funding of social benefits for the population and funding of the Armed Forces of Ukraine, which provokes an increase in the state budget deficit, which due to the war is replenished at a much slower pace. The forecast phenomena that our country's economy will face due to Russian aggression and large-scale destruction are described.

It is determined that the analogue of the "Marshall Plan", which contributed to the almost complete recovery of European economies in the post-World War II era, can become a basic starting point for the rapid recovery of our state. This comprehensive plan should provide for the restoration of the destroyed economy, modernization of state structures and the maximum acceleration of Ukraine's development.

The main factual and forecast indicators for estimating the level of losses of the national economy due to hostilities on the territory of Ukraine are analyzed. The main stages are highlighted for successful economic transformation in our country. In particular: development and implementation of a modern innovative concept of economic transformation taking into account the real geopolitical situation; implementation of the strategy developed and agreed by domestic scientists, researchers, scientists and the government for the restoration and development of territories that were under occupation or were damaged by rocket fire; identification of priority sectors of the economy.

Key words: economy, post-war recovery, perspective spheres of economic activity, economic growth.

Вступ. Війна вбила тисячі наших співгромадян і спровокували кілька мільйонів вимушених біженців. Вона завдала катастрофічного удару для національної економіки, суспільства. За підрахунками уряду, збитки України від вторгнення російської армії

перевищили 1 трлн. доларів, і з кожним новим днем внаслідок бойових дій ця цифра зростає.

Постановка завдання. За таких критичних умов на перший план виходить розробка швидкого та ефективного комплексу заходів, що стосуватимуться післявоєнного відновлення нашої держави. Окремі з них впроваджуються навіть зараз, коли ще тривають активні бойові дії.

Основними методами дослідження, які були використані у статті, є методи індукції, дедукції, абстрагування, аналізу та синтезу.

Питанням післявоєнного відновлення економіки України присвячені праці таких вітчизняних вчених як Іванов С. В., Лібанова Е. М., Горбулін В. П., Пирожков С. І., Сорока М. П., Семенюк І. В. Серед зарубіжних дослідників варто відзначити праці тих, хто займається вивченням успішних повоєнних напрямів відновлення економік різних країн та розглядають можливості їх адаптації іншими країнами. Серед таких вчених варто виділити наступних: Ерхард Л., Целищев І., Ліддел-Гарт Б. Х. Проте уніфікованих підходів щодо типів та засобів відновлення не існує. Ті методи, що ефективно себе зарекомендували для однієї країни, можуть не працювати в іншій, або взагалі призвести до деструктивних процесів. Тому кожна країна, кожен тип економіки та характер соціально-економічних процесів вимагає диференційованих підходів щодо розробки та впровадження інноваційних та креативних концепцій відновлення територій, економіки, покращення соціальної політики та перегляд їх основних постулатів.

Результати. Війна в Україні спричинила до масштабних та руйнівних втрат: знищено вщент тисячі житлових будинків та об'єктів інфраструктури: мостів, доріг, шкіл, лікарень тощо. Цілі міста зараз знаходяться в суцільних руїнах. Без сумніву – українці трудолюбива нація, і після перемоги вони швидко все відбудують. Зараз мова про те, що ми можемо зробити для стабілізації економіки країни, яка перелаштовується на роботу в умовах військового стану. Оскільки маємо багато негативних макроекономічних явищ і процесів, які гостро назріли, а саме:

- відтік іноземного і внутрішнього капіталу з країни: міжнародні компанії, які здійснюють свою виробничу діяльність в Україні змушені її припинити через високі ризики та фінансові втрати, що призведе до зростання рівня безробіття в країні;

- зупинено міжнародну логістику, і як наслідок, вся внутрішня торгівля в країні практично зупинилася, а значить десятки тисяч людей зараз без роботи;

- кілька мільйонів людей вже стали “біженцями”, вони емігрували або до інших країн, або до інших регіонів всередині країни, втратили роботу – головне джерело своїх доходів, вони випали з економічного кругообігу країни, оскільки такі громадяни не мають можливості споживати і виробляти продукти і послуги, сплачувати податки тощо;

- інфляція, падіння купівельної спроможності національної валюти, необхідність державного фінансування соціальних виплат для населення та фінансування збройних сил України виснажують державний бюджет країни, який через війну поповнюється незначними темпами [10, с. 7].

Сотні кілометрів прикордонних територій на сході України зазнали повномасштабного вторгнення від держави-сусіда (рис. 1), стратегічними містами – ціллю ворога насамперед є великі промислові і культурні об'єкти нашої країни: а саме: Київ, Харків, Луганськ, Донецьк, Маріуполь, Херсон, Миколаїв, Одеса. Вітчизняний бізнес поступово відходить від шоку перших днів війни і намагається якомога швидше відновити свою роботу. Сотні підприємств змушені евакуюватися до спокійніших західних регіонів країни, а ще більше підприємств стоять у черзі на переїзд.

Проте, навіть за найоптимістичнішими оцінками, цього року національний ВВП України скоротиться на 25-35%, таким чином недоотримання коштів сягне позначки від 1,3 до 1,9 трильйонів гривень – значно більше, ніж річний довоєнний державний бюджет, а при падінні на 45% – як, наприклад, прогнозують у Світовому банку, – до 2,4 трильйона [8].



Source: Institute for the Study of War (21:00 GMT, 9 March)

BBC

*Рис.1. Карта вторгнення російських військ в Україну станом на 09.03.2022 р. (9.00 год.)**

*Fig.1. Map of the invasion of Russian troops in Ukraine as of March 9, 2022 (9.00 am) **

**Джерело: [1; 11].*

Національний банк України прогнозує, що цього року вітчизняна економіка може скоротитися не менше ніж на третину: зокрема, приватне споживання знизиться, враховуючи вимушений виїзд багатьох громадян із країни, зростання рівня безробіття, зменшення доходів та економію на другорядних витратах, через суттєву невизначеність та високі ризики значно скоротиться й інвестиційна активність [6].

Відповідно до прогнозів, економіка України скоротиться на 45,1 відсотків, хоча масштаби цього скорочення залежатимуть від тривалості та інтенсивності війни; зазнавши удару від безпрецедентних санкцій, російська економіка вже занурилася у глибоку рецесію, що за прогнозами призведе до зниження виробництва на 11,2 відсотків у 2022 році [7].

Але за будь-якої темної ночі приходиться ранок і світлий день, війна рано чи пізно закінчиться. Тому з боку уряду, науковців, політиків та вчених повинні опрацювати шляхи виходу України з кризи, обґрунтувати найбільш перспективні шляхи відновлення економіки, стабілізації роботи усіх її ланок, включаючи посилення

економічної безпеки. Тому уряд із вирішенням гострих поточних проблем напрацьовує оптимальні та найбільш ефективні напрями для відновлення усієї країни після перемоги над російськими загарбниками.

Так, Президент Володимир Зеленський видав указ про створення Національної ради з відновлення України, щоб той створив аналог “Плану Маршалла”, використаний для відродження Європи після руйнівної Другої світової війни. Як зазначив глава держави, цей комплексний план має передбачати відновлення зруйнованого господарства, модернізацію державних структур та максимальне прискорення розвитку України [9]. І тут мається на увазі не тільки фізичну роботу – відновлення та будівництво житла, підприємств, організацій та фірм, започаткування стартапів та засновництво бізнесу, який працюватиме на встановлення нових економічних відносин та відновлення регіональної інфраструктури. Але тут йдеться і про перегляд загальної концепції розвитку нашої країни, усіх шляхів, напрямів, ресурсів та резервів для відновлення її економічної діяльності.

Доцільно ідентифікувати ті сфери та галузі економіки, які стануть найоптимальнішими джерелами для реалізації усіх планів економічного, соціального та інфраструктурного відновлення територій України. Необхідно виявити нові, перспективні, альтернативні шляхи для переробки та виробництва готової продукції, а не торувати сировиною, як це практикувалося раніше.

Український уряд нещодавно представив президентові перший варіант плану повоєнного відновлення та розвитку країни, який отримав назву “United24”. Для розробки документу залучалися українські економісти та міжнародні експерти. Підсумком стали десять ключових принципів, на яких і ґрунтуватиметься повоєнне відновлення України. Більшість цих принципів так чи інакше передбачає остаточну інтеграцію України в європейську економіку.

До речі, в уряді вважають, що повноцінний вступ нашої країни до Європейського Союзу відбудеться вже у 2024 році, наслідком чого стане повний доступ вітчизняних товарів до ринків країн ЄС та держав “Великої сімки”. Передбачається, що будуть скасовані всі імпорتنі мита та квоти, в тому числі і антидемпінгові та захисні для вітчизняних товарів.

Таким чином, для українських товаровиробників будуть реалізовані можливості вільного експорту своєї продукції на ринки, що охоплюють 54 відсотки світової економіки. Ця перспектива передбачає необхідність забезпечення швидкої логістики, коли українські товари поставлятимуться до Європи не більше ніж за 72 години.

Російська агресія спричинила істотне скорочення логістичних можливостей для України. Фактично, планується пересування наших товарів до Європейського союзу, тобто на захід. У зв’язку з цим доцільно по максимуму розширити пункти пропуску, автомобільні переходи в напрямку ЄС, посилити логістику залізницею через пункти навантаження та сухі порти.

Розробники плану основний акцент роблять на ті сфери економічної діяльності, де Україна і до війни мала значні конкурентні переваги. Мається на увазі, перш за все, металургію та продовольство, але робиться ставка, перш за все, на те, що це будуть товари з високою часткою доданої вартості, а не просто сировина, як це було раніше.

Зрозуміло, що перероблена продукція коштує значно дорожче (у два-три рази), ніж сировина, тому основою нашої промислової політики повинно стати стимулювання подальшої переробки сировини та виробництво готової продукції, яка в майбутньому експортуватиметься.

Активізація таких процесів також сприятиме істотному зростанню кількості робочих місць всередині країни. Стимулом для цього повинні стати повне

дерегулювання економіки та мінімальне втручання держави у роботу підприємницьких структур.

Проте варто відзначити, що реалізація цього амбітного плану не буде можливою без збільшення енергетичних потужностей України, і провідну роль при цьому відіграватиме розвиток атомної енергетики. Крім того, серед пріоритетів виділяють досягнення енергетичної незалежності у середньостроковій перспективі.

У рекордно короткий термін років потрібно повністю забезпечити себе газом власного видобутку, паралельно необхідно зменшити енерговитрати нашої економіки за допомогою програми термомодернізації. У галузі нафтопродуктів потрібно побудувати потужності з переробки, щоб повністю покрити власні потреби [3].

Серед іншого істотну частину пального планується виробляти за допомогою сільського господарства, що активно розвивається. Уряд також відзначає, що точкою зростання для України має стати сучасний та потужний військово-промисловий комплекс, який не лише буде надійною базою для забезпечення безпеки країни та її громадян, а й допоможе розвивати аерокосмічні технології.

Кабінет міністрів планує відновити та максимально оновити транспортну та соціальну інфраструктуру країни лише за два роки з моменту встановлення миру. При цьому ключовою вимогою є досягнення локалізації на рівні щонайменше 60 відсотків. Йдеться про залучення до відновлення громадян України, наших підприємств та максимального використання вітчизняних ресурсів: будматеріалів, цементу, металу.

Ефективність реалізації такої програми нашої країною багато в чому залежить від пошуку надійних джерел фінансування. Україні потрібно знайти значні фінансові активи, щоб відновити зруйновану окупантами інфраструктуру та налагодити роботу економіки.

Українські політики вважають, що Україна вже зараз може розраховувати на отримання 400-500 млрд. доларів [3]. Це – активи російського Центробанку та активи найближчого оточення російського диктатора Володимира Путіна, на які Європа та США наклали арешт. Проте цього недостатньо, тому необхідно здійснювати постійний моніторинг залучення додаткових коштів.

Проблему масштабного фінансування повоєнного відновлення України можна вирішити за аналогією з тим самим “Планом Маршалла”, коли уряд США після завершення Другої світової війни викупував спеціально емітовані акції європейських компаній. Таким чином надававши їм капітал для інвестицій у власні виробництва в Європі. У повоєнний період (після Другої світової війни) за 1947-1952 рр. країнам Європи вдалося досягти рівня майже повного відновлення економіки своїх регіонів з населенням майже 400 млн. осіб завдяки, перш за все, “Плану Маршалла”.

Таблиця 1

Обсяг фінансової допомоги країнам Західної Європи згідно з “Планом Маршалла” у період 1947-1952 рр. (після Другої світової війни)*

Table 1

Volume of financial assistance to Western European countries under the Marshall Plan in the period 1947-1952 (after the Second World War) *

Країни	ВВП у 1947 р.	Допомога згідно з “планом Маршалла” (млн. дол.)				ВВП у 1952 р.	Приріст ВВП (% до 1947 р.)
		всього	% до ВВП	у тому числі:			
				гранти	позик и		
Велика	327044	16077	4,9	14137	1939	357585	9,3
Франція	168330	13677	8,1	12540	1137	240287	42,7

Продовження табл. 1

Італія	134446	7604	5,7	7123	482	190541	41,7
ФРН	161011	7009	4,4	5915	1093	314794	95,5
Нідерланди	48613	5461	11,2	4621	840	63162	29,9
Греція	13272	3562	26,8	3562	0	15878	19,6
Австрія	15102	3366	22,3	3366	0	27484	82
Бельгія	40563	2819	6,9	2476	343	49486	22
Данія	25020	1376	5,5	1208	168	30144	20,5
Норвегія	15395	1287	8,4	1089	198	19347	25,7
Туреччина	29064	1135	3,9	706	428	43295	49
Ірландія	9196	743	8,1	97	646	10753	16,9
Швеція	43206	541	1,3	438	103	49690	15
Португалія	16943	258	1,5	76	182	18428	8,8

* Джерело: [4]

Наведені в таблиці 1 дані підтверджують, що, згідно цієї комплексної програми відновлення господарської діяльності, США надавали безоплатну фінансову допомогу (проте її обсяг становив у середньому до 10% ВВП по європейських країнах). Поряд з цим було забезпечено надання кредитів та безперешкодний доступ продукції європейських компаній на американський ринок.

Основні чинники відновлення та розвитку країн після завершення воєнних дій представлені у таблиці 2.

Таблиця 2

Основні чинники відновлення та розвитку країн після завершення воєнних дій*

Table 2

The main factors of recovery and development of countries after end of hostilities *

Чинники	Німеччина	Японія	Південна Корея	Грузія
Створення інноваційної креативної команди для <u>напряповань заходів з відновлення економіки</u>	+	+	+	+
Виокремлення основної мети, завдань та моделі концептуального розвитку держави	+	+	+	+
Розробка внутрішньої та міжнародної економічної стратегії розвитку	+	+	+	+
Впровадження ефективної реструктуризації економіки, забезпечення дієвих реформ, спрямованих на нарощення та оновлення виробничих процесів та торгівлі, підвищення продуктивності праці, зростання зайнятості, забезпечення <u>цінової стабільності</u>	+	+	+	+
Ідентифікація найбільш перспективних та пріоритетних сфер економічної діяльності та напрямів розвитку	+	+	+	+
Фінансова та ресурсна зовнішня допомога	+	+	+	+
Впровадження ефективного механізму використання власних, позичених та залучених активів	+	+	+	+

Продовження табл.2

Нові схеми розрахунків та погашення кредитів, які передбачатимуть контроль (обмеження прав уряду)	+	+	-	-
Активна участь держави при реалізації системної функції з управління економікою	+	+	+	+
Збільшення доходів населення та стимулювання споживання	+	-	+	+
Подолання корупції	+	+	+	+
Сприятливі географічні умови на доступність ринків збуту	+	-	+	+
Розробка та прийняття законодавчої бази, що стосуватиметься ліквідацію та запобігання надмірної концентрації виробництва та уникнення створення монополістичних структур	+	+	+	-
Розробка оптимальної соціальної політики та її дотримання	+	+	+	-

* Джерело: складено за даними [4; 5]

У випадку з Україною європейським та американським партнерам запропонують оновлений підхід. Уряди-партнери можуть видати своїм компаніям державні гарантії для залучення коштів для інвестування в Україну, такі гарантії покрийуть страхові ризики та дозволять інвестувати у реалізацію великих промислових проектів в Україні [2; 5].

Одним із головних джерел фінансування може стати Трастовий фонд, який має намір створити Євросоюз. Нову структуру планують розвивати на зразок фонду відновлення після COVID-19 для держав-членів ЄС. Через цю структуру буде здійснюватись фінансування інвестицій та проведення українських реформ.

Розуміючи складність та комплексність завдання щодо визначення пріоритетів повоєнного відновлення, уряд України готовий до значного доопрацювання стратегічного плану "United24" із залученням до цього процесу наших західних партнерів. Таким чином, необхідно орієнтуватися на напрацювання політиків, вчених, дослідників, науковців, економістів, державних діячів з усього світу та врахувати їхній досвід та напрацювання.

Висновки. Як показує досвід зарубіжних країн, які пережили війну, ефективне економічне відновлення неможливе без затвердження попередніх політичних рішень на законодавчому рівні, що базуватимуться на національному патріотизмі щодо ідентифікації необхідної моделі розвитку, геополітичній доцільності та відстоюванні національних інтересів країни. В Україні для успішної економічної трансформації необхідно реалізувати наступні послідовні етапи та заходи:

- розробку та впровадження сучасної інноваційної концепції трансформації економіки із врахуванням реально встановленої геополітичної ситуації;

- реалізацію розробленої та погодженої вітчизняними вченими, дослідниками, науковцями та урядом стратегії відновлення та розвитку територій, які перебували під окупацією або були пошкоджені в результаті ракетних обстрілів;

- ідентифікація пріоритетних (ключових) сфер економічної діяльності та галузей, які забезпечуватимуть підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товарів та послуг на зовнішніх ринках, а також істотну підтримку таких галузей з боку держави;

- розробку та затвердження відповідних законів щодо забезпечення зайнятості населення, гідної оплати праці, підвищення ефективності та продуктивності праці, підтримку цінової стабільності та зміцнення національної валюти;

- розробку та використання дієвих механізмів освоєння позичених коштів та моніторингу за їх використанням;

- прийняття ефективних законів щодо ліквідації, нівелювання та недопущення надмірної концентрації капіталів та виробництв, унеможливлення формування монополій;

- розробка та прийняття законодавчої бази, що стосуватиметься ліквідації та запобігання надмірної концентрації виробництва;

- уникнення створення монополістичних структур;

- запобігання корупції та розробка економічних заходів боротьби з нею;

- розробка оптимальної соціальної політики та її дотримання;

- забезпечення стійких напрямів для зростання доходів населення та споживання;

- активізації розвитку спеціальних наукових парків та економічних зон.

Демократичний світ бажає допомогти нашій країні якнайшвидше повернутися до мирного життя. Крім людських почуттів співчуття і підтримки, у цьому є і прагматичний інтерес. Участь у великих та престижних міжнародних проектах відновлення українських міст, інфраструктури та інших секторів нашої економіки дасть західним компаніям можливість заробити та закріпить на перспективному українському ринку.

Приводом для оптимізму є й те, що керівництво України мислить не лише категоріями сьогодення, а намагається зазирнути у майбутнє та визначити там місце нашої держави після перемоги над агресивним сусідом. Це допоможе нам не гаяти часу і розпочати роботу в перший же мирний день.

1. Institute for the Study of War. URL: <http://surl.li/cdvfx> (дата звернення: 05.06.2022).
2. Борщевський В., Куропас І., Микита О. Економіка війни та повоєнний економічний розвиток України: проблеми, пріоритети, завдання. *Громадська організація "Громадський простір"*. URL: <http://surl.li/cdvgi> (дата звернення: 05.06.2022).
3. Економіка України під час війни: оперативна оцінка, квітень 2022. *Центр економічної стратегії*. URL: <https://ces.org.ua/ua-economy-in-war/> (дата звернення: 05.06.2022).
4. Іванов С. В. Економічне відновлення і розвиток країн після збройних конфліктів та воєн: невтрачені можливості для України. *Економіка України*. 2019. № 1 (686). С. 75-89. URL: <https://cutt.ly/iJfwVqD> (дата звернення: 05.06.2022).
5. Напрями надання міжнародної фінансової та технічної допомоги в рамках плану Маршалла. URL: <https://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/1113/1/Комар%20Н.pdf> (дата звернення: 05.06.2022).
6. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://promo.bank.gov.ua/fin-defense/> (дата звернення: 05.06.2022).
7. Офіційний сайт Світового банку. URL: <https://www.worldbank.org/uk/news/press-release/2022/04/10/russian-invasion-to-shrink-ukraine-economy-by-45-percent-this-year> (дата звернення: 05.06.2022).
8. Порятунком економіки: вчимося господарювати в умовах війни. *Укрінформ*. URL: <http://surl.li/cdvhr> (дата звернення: 05.06.2022).
9. Питання Національної ради з відновлення України від наслідків війни. Указ Президента України №266/20. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/2662022-42225> (дата звернення: 05.06.2022).
10. Шекета С. Ю. Макроекономічна ситуація в Україні у період війни. Економічна безпека держави та суб'єктів підприємницької діяльності в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення: Мат. ІХ Всеукраїн. наук.-практ. конф. (20-22 травня 2022 р., м. Львів). Львів: Укр. акад. друкарства, 2022. 106 с. – С. 92-94.
11. Як змінювалася карта бойових дій в Україні – починаючи з 24 лютого 2022. URL: <http://surl.li/cdvik> (дата звернення: 05.06.2022).

References

1. Institute for the Study of War, surl.li/cdvfx. Accessed 05 June 2022.
2. Borshchevsky, V., Kuropas, I., and O. Nikita. "The economy of war and postwar economic development of Ukraine: problems, priorities, objectives." *Public organization "Public space"*. surl.li/cdvgi. Accessed 05 June 2022.
3. "Economy of Ukraine during the war: operational assessment." Center for Economic Strategy, ces.org.ua/ua-economy-in-war/. Accessed 05 June 2022.

4. Ivanov, S.V. "Economic recovery and development of countries after armed conflicts and wars: lost opportunities for Ukraine." *Economy of Ukraine*, no. 1 (686), 2019, pp. 75-89. cutt.ly/iJfwVqD. Accessed 05 June 2022.
5. "Areas of international financial and technical assistance under the Marshall Plan." TNEU, dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/1113/1/Комар%20Н.pdf. Accessed 05 June 2022.
6. Official site of the National Bank of Ukraine, promo.bank.gov.ua/fin-defense/ Accessed 05 June 2022.
7. Official site of the World Bank, worldbank.org/uk/news/press-release/2022/04/10/russian-invasion-to-shrink-ukraine-economy-by-45-percent-this-year. Accessed 05 June 2022.
8. "Saving the economy: learning to manage in war." *Ukrinform*. surl.li/cdvhr. Accessed 05 June 2022.
9. Issues of the National Council for the reconstruction of Ukraine from the effects of war. Decree of the President of Ukraine №266 / 20, president.gov.ua/documents/2662022-42225. Accessed 05 June 2022.
10. Sheketa, E.Y. "Macroeconomic situation in Ukraine during the war." *Economic security of the state and business entities in Ukraine: problems and ways to solve them: Mat. IX All-Ukraine. scientific-practical conf. (May 20-22, 2022, Lviv)*. Lviv, Ukr. acad. printing, 2022, pp. 92-94.
11. "How the map of hostilities in Ukraine has changed since February 24, 2022." surl.li/cdvik. Accessed 05 June 2022.

УДК 311.21

doi: 10.15330/apred.2.18.264-273

Бочко О. Ю.¹, Балик У. О.,² Карпій О. П.³

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ: ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ ТА ВІЙНИ

Національний університет «Львівська політехніка»
Міністерства освіти і науки України
кафедра маркетингу і логістики
вул. Митрополита Андрія, 5, Львів,
79000, Україна,
¹тел.: +380986787046,
e-mail: bochkoolena@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0003-3422-4654

²тел.: +380674012991,
e-mail: uliana.o.balyk@lpnu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-8379-4907

³тел.: +380679990366,
e-mail: olenakarpiy@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0002-4133-1936

Анотація. В статті проведено дослідження ринку кондитерських виробів. Метою статті є оприлюднення результатів дослідження функціонування ринку кондитерських виробів під впливом пандемії та українсько-російської війни. В процесі виконання роботи застосовано різні загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. Зокрема індуктивний, дедуктивний методи використано для проведення пошукових запитів через Google Trends. За допомогою економічного аналізу та порівняння здійснено аналізування кондитерського ринку. Графічний метод використано для наочного зображення результатів аналізу ринку кондитерських виробів. Для теоретичних узагальнень і формування висновків використано абстрактно-логічний метод. Розраховано питому вагу підприємств на ринку кондитерських виробів України в 2020 році. Для дослідження розвитку кондитерської галузі використано Google Trends за допомогою яких виявлено динаміку популярності ключових слів «солодощі», «шоколад», «печиво», «мармелад», «вафлі», «цукерки». Встановлено, що динаміка запитів на ринку кондитерських

виробів змінюється залежно від сезону: збільшення пошукових запитів спостерігається з приходом холодної пори року і спадає з настанням теплої пори року. За результатами дослідження в географічному розрізі встановлено, що топ-3 областей, в яких найбільше шукають солодощі складають Волинська, Тернопільська та Івано-Франківська області. З невеликим відривом за кількістю запитів наступними є Рівненська та Львівська області. Пошуковий термін «шоколад» є найпопулярнішим пошуковим словом серед інших популярних видів кондитерської продукції. Найменш популярними виявилися «вафлі» та «мармелад». Досліджено структуру галузі кондитерських виробів в Україні та розглянуто діяльність основних гравців на ринку. Згідно з результатами, найпопулярнішим пошуковим словом серед користувачів мережі інтернет Львівської області є «шоколад» (35%) наступним за популярністю іде «печиво» (32%), на третьому місці «цукерки» (21%). Найбільшими виробниками ринку кондитерських виробів України є: «Roshen», «АВК», «Konti», «Світоч», «Mondeliz».

Ключові слова: ринок, кондитерські вироби, солодощі, шоколад, печиво, мармелад, вафлі, цукерки.

Bochko O.Yu.¹, Balyk U.O.², Karpiy O.P.³

STUDYING THE CONFECTIONERY MARKET: IMPACT OF THE PANDEMIC AND WAR

¹ Lviv Polytechnic National University,
Department of Marketing and Logistics
Metropolitan Andrew str., 5, Lviv,
79000, Ukraine,
¹tel.: +380986787046,
e-mail: bochkoolena@ukr.net,
ORCID ID: 0000-0003-3422-4654

²tel.: +380674012991,
e-mail: uliana.o.balyk@lpnu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-8379-4907

³tel.: +380679990366,
e-mail: olenakarpiy@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0002-4133-1936

Abstract. The article presents findings of the research on the confectionery market. The goal of the article is to announce findings of the research on performance of the confectionery market under the impact of Covid-19 pandemic and the Russian invasion of Ukraine. While conducting the research, the authors used different general scientific and specialized methods of research. In particular, the inductive and deductive methods were used to study search requests by Google Trends. The method of economic analysis and comparison was applied for analyzing the confectionery market. The graphical method was used for visual presentation of the results of the confectionery market analysis. To make theoretical generalization and conclusions, the authors applied the abstract and logical method. The work supplies calculations on the market shares of confectionery enterprises in Ukraine in 2020. To study development of the confectionery industry, Google Trends was used to find out the dynamics of popularity of the key works, like “sweets”, “biscuits”, “marmalade”, “wafers”, “candies”. It is determined that dynamics of the requests on the confectionery market changes depending on the season: the number of search queries increases when it is getting colder outside and decreases when a warmer season comes. In geographical terms, the research identifies top three regions with the greatest number of requests on sweets, namely Volyn, Ternopil and Ivano-Frankivsk. The following two regions are Rivne and Lviv. The search request on “chocolate” is the most popular word among the other kinds of confectionery products. The least popular are “wafers” and “marmalade”. The work supplies analysis of the structure of confectionery industry in Ukraine and performance of the main

actors at the market. According to the results, the most popular search among the Internet users of Lviv region is “chocolate” (35%), the next popular is “biscuits” (32%), the third position is taken by “sweets” (21%). The confectionery market of Ukraine is made by above 850 enterprises. Currently, the most popular are such producers as Roshen, AVK, Konti, Svitoch, Mondeliz.

Key words: market, confectionery, sweets, chocolates, biscuits, marmalade, wafers, candies.

Вступ. Ринок кондитерських виробів в Україні дуже конкурентний та стрімко розвивається і змінюється під впливом пандемії й воєнного стану. Попит на солодощі серед населення є достатньо високим. З його зростанням підвищуються вимоги до якості, асортименту, упакування, додаткових характеристик тощо. Все це призводить до підвищення конкуренції серед виробників, вихід на ринок нових гравців, необхідності пошуку нових ринків збуту. Аналізуючи динаміку розвитку галузі виробництва кондитерських виробів варто відмітити, що попит на солодощі та інші кондитерські вироби зростає. Це стимулює та підвищує зацікавленість стейкхолдерів до дослідження даної галузі.

Теоретичні та практичні аспекти ринку кондитерських виробів знайшли своє відображення у наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених. Приміром, у статтях Загричанської А. В., Голюк В. Я. ґрунтовно розкрито основні характерні риси учасників ринку кондитерських виробів [4]. Разумова Г.В., Оскома О. В. у своїх працях звертали увагу на перспективи його розвитку [6]. Дослідження системності застосування маркетингових технологій у межах ринку кондитерських виробів було здійснено О.П. Власенком [2]. У цьому напрямі дослідження проводив і Савчук І., який здійснював аналіз діяльності головних гравців на ринку кондитерських виробів [7]. Загальні аспекти та тенденції розвитку ринку кондитерських виробів України розкривали Смаглюк А.А., Надточій А.О.[8], Тоболін О. [10] та багато ін.

Постановка завдання. Метою статті є оприлюднення результатів дослідження функціонування ринку кондитерських виробів під впливом пандемії та воєнного стану. В процесі виконання роботи застосовано різні загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. Зокрема індуктивний, дедуктивний методи використано для проведення пошукових запитів через Google Trends. За допомогою економічного аналізу та порівняння здійснено аналізування кондитерського ринку. Графічний метод використано для наочного зображення результатів аналізу ринку кондитерських виробів. Для теоретичних узагальнень і формування висновків використано абстрактно-логічний метод.

Результати. Рівень споживання кондитерських виробів в Україні складає 15 кг на душу населення в рік. За цим показником Україна займає 8-ме місце в світі за споживанням кондитерських виробів. Переважна частина споживачів відноситься до категорії- від 18-ти до 55-ти років, з них 67%- жінки, 33%-чоловіки [7]. Сьогодні, на ринку кондитерських виробів України працюють більше 850 підприємств. Найбільшими серед них виробники: «Roshen», «АВК», «Konti», «Світоч», «Mondeliz». Також ринок забезпечують такі виробники кондитерських виробів: «Бісквіт-Шоколад», «Житомирські ласощі», «Полтава-кондитер», «Ярич», «Монделіс Україна» та інші. Відмітимо, що окупанти обстріляли фабрику «Монделіс Україна» та вона одна з найбільших виробників кондитерських виробів, яка понесла значних збитків.

Кондитерська галузь є однією з найбільш розвинутих у харчовій промисловості України. Поточні обсяги виробництва кондитерської продукції дозволяють не лише обслуговувати вітчизняний ринок, але й створюють значний експортний потенціал. Оскільки ринок кондитерських виробів є дуже потужним, то частка закордонних торгових марок складає лише 5% [7].

Найуспішнішим кондитерським підприємством та лідером українського ринку кондитерських виробів є компанія «Roshen» з часткою ринку в 25%. Найбільшими конкурентами «Roshen» є компанія «Mondeliz» з часткою ринку 20%, «Konti» з часткою ринку 16%, «ABK» частка ринку- 15%, компанія «Світоч», яка здійснює свою діяльність під управлінням міжнародної компанії Nestle, з часткою ринку, яка складає 11%. На ринку також є такі відомі підприємства як: «Бісквіт-Шоколад» з часткою ринку, яка складає 4%, «Житомирські ласощі» частка ринку- 2%, «Полтава-кондитер» з часткою ринку 1%, «Ярич» частка ринку якого складає 3% та інші підприємства. На рис. 1. наведено графічне представлення розподілу часток ринку між виробниками представленими на українському ринку кондитерських виробів.

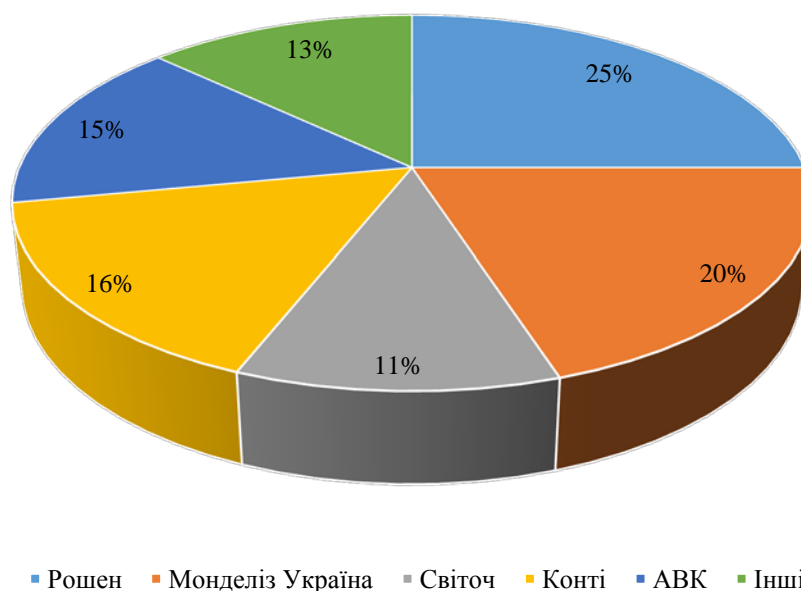


Рис. 1 Частки ринку підприємств кондитерського ринку України 2020 року
 Fig. 1 Market shares of the confectionery enterprises in Ukraine in 2020.

Незважаючи на високий рівень конкуренції досліджуваний ринок залишається одним із найбільш затребуваних та популярних серед об'єктів господарювання. Стимулює розвиток даної галузі й відсутність мита на солодощі в Європейському союзі. Лідери українського ринку кондитерських виробів уже давно займаються експортом своїх товарів на зарубіжні ринки, користуючись безмитною можливістю. Найбільші країни експортери українських солодощів - це Білорусія, Литва, Польща, Молдова, Казахстан, Азербайджан, Туркменістан, а також країни Америки та Азії. Підтвердження цього є темп зростання експорту які становлять 120% в країні колишнього СНД та 60% країн Євро Союзу [1].

Попит на солодощі в період пандемії залишається високим та є одною із найбільш популярних категорій для купівлі споживачами [3]. Щодо ситуації на міжнародних ринках кондитерських виробів, то обсяги закупівель солодощів в 2020 році за кордоном збільшилися на 28% [9].

Для дослідження розвитку кондитерської галузі також ми скористалися Google Trends за допомогою якого можна виявити динаміку популярності ключових слів. Отож, ключовими словами для дослідження було обрано: «солодощі», «шоколад»,

«печиво», «мармелад», «вафлі», «цукерки». На рис. 2 представлено результати Google Trends за пошуковим словом «солодощі».

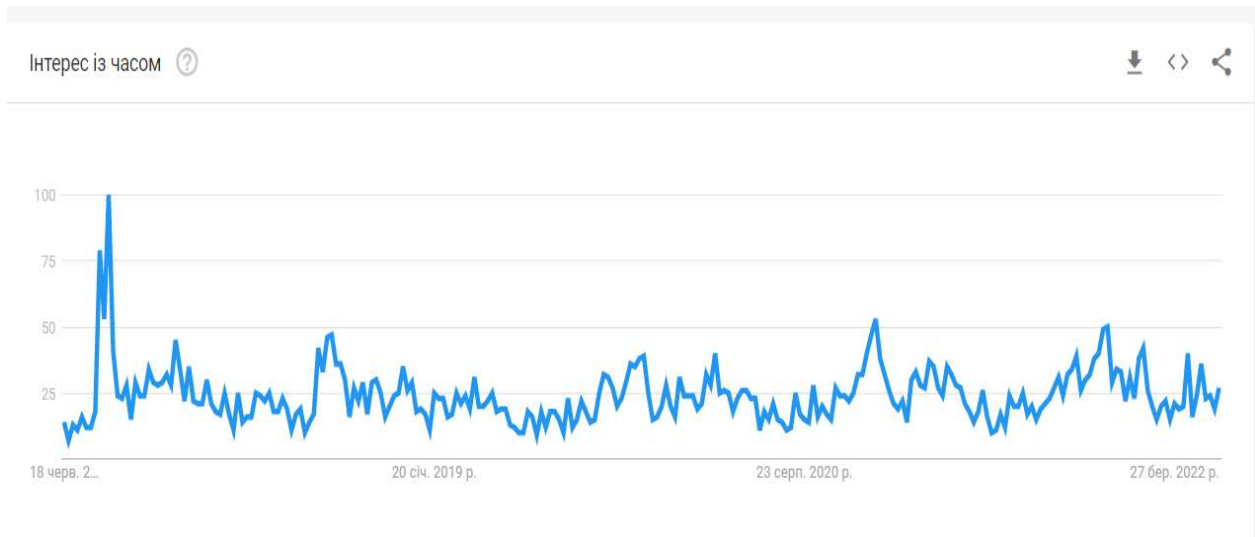


Рис. 2 Результати Google Trends за пошуковим словом «солодощі»
Fig. 2 Results of Google Trends by the search word “sweets”.

Дослідження популярності даного пошукового запиту проведено в період починаючи з червня 2018 року до травень 2022 року. Згідно отриманих результатів встановлено, що популярність даного ключового запиту має різкі коливання. Збільшення пошукових запитів спостерігається з приходом холодної пори року і спадає з настанням теплої пори року. Результати за популярністю запиту «солодощі» згідно територіальних розмежувань представлено на рис. 3.

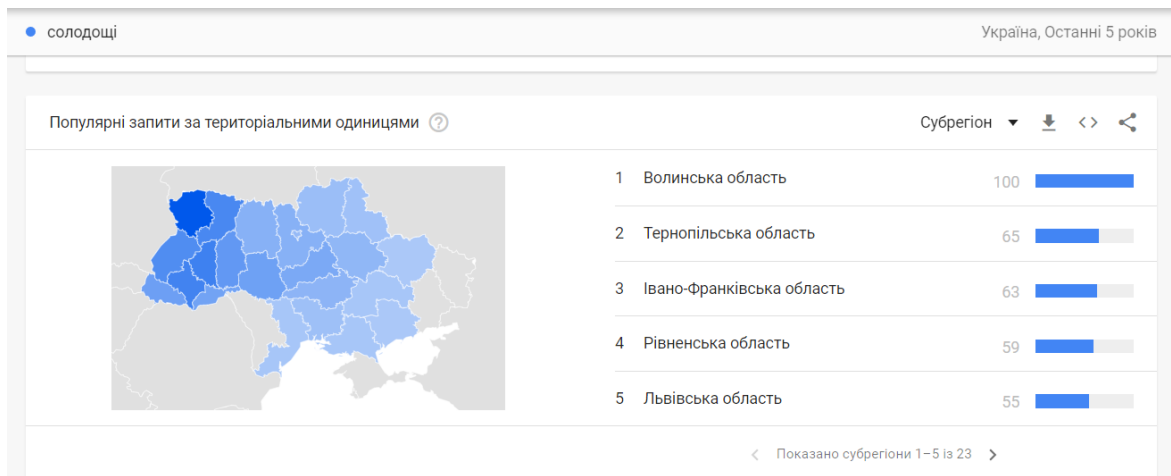


Рис. 3 Популярність запиту згідно територіальних одиниць [12]
Fig. 3 Popularity of queries by the territorial units [12]

Згідно з результатами представленими на рис. 3, можна зробити висновок що найбільш активними шукачами терміну «солодощі» є представники Волинської, Тернопільської та Івано-Франківської областей. З невеликим відривом за кількістю запитів наступними є Рівненська та Львівська області. Наступне дослідження стосувалось порівняння популярності окремих видів кондитерської продукції. Отож, найпопулярнішими різновидами солодощів є: шоколад, печиво, мармелад, вафлі та

цукерки. Саме ці пошукові терміни було досліджено у порівнянні та представлено на рис. 4.

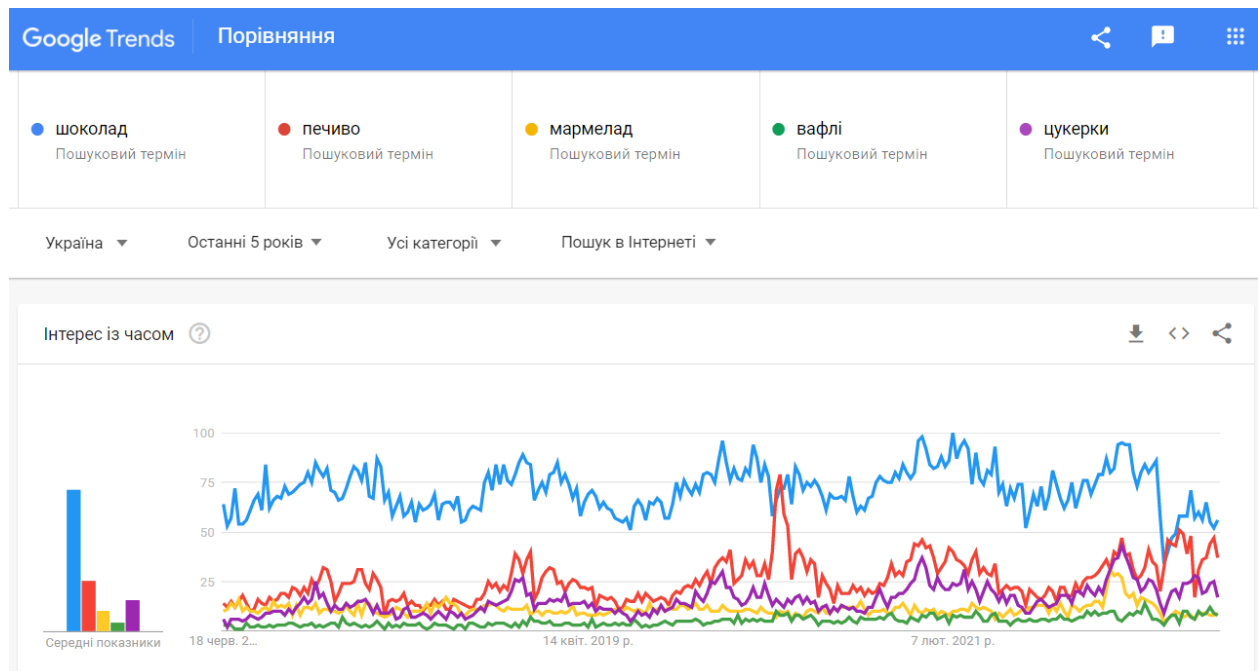


Рис. 4 Результати порівняння пошукових термінів
Fig. 4 Results of comparison of the search words

Згідно з результатами, представленими на рис. 4 можна зробити висновок, що пошуковий термін «шоколад» є найпопулярнішим пошуковим словом серед інших популярних видів кондитерської продукції. Найменш популярними виявилися «вафлі» та «мармелад». Середній рівень популярності отримують такі терміни, як: «печиво» та «цукерки». Функціональні можливості Google Trends також дозволяють оцінити частоту здійснення запитів по вибраним пошуковим словам згідно з територіального розміщення. Приклад порівняння популярності термінів згідно територіального розташування представлено на рис. 5 на прикладі для Львівської області.

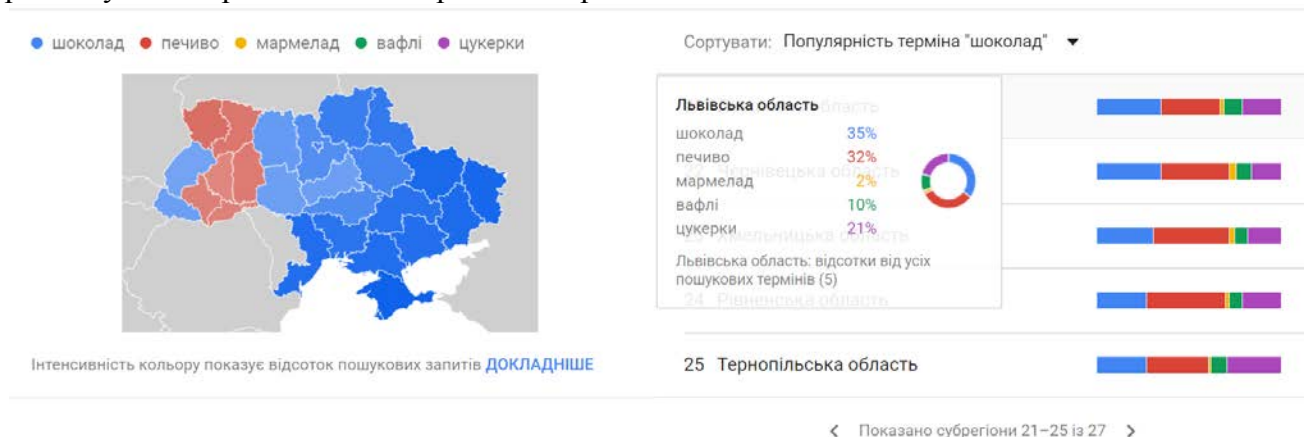


Рис. 5. Популярність запиту згідно територіальних одиниць (Львівська область)
Fig. 5. Popularity of queries by territorial units (Lviv region)

Згідно з результатами, найпопулярнішим пошуковим словом серед користувачів мережі інтернет Львівської області є «шоколад» (35%), «печиво» (32%), на третьому

місці - «цукерки» (21%) і досить значним відривом слідують такі пошукові терміни, як: «вафлі» (10%) та мармелад (2%).

В Google Trends також можна знаходити схожі запити згідно з введеного пошукового слова. Уважно розглядаючи схожі запити до пошукового слова «шоколад», серед усіх можливих словосполучень, на другому місці по популярності, було виявлено запит «рошен шоколад з печивом», що є ознакою того, що продукція компанії «Roshen» є дуже популярною серед населення України, а конкретно дана асортиментна позиція, користується великим попитом протягом останніх періодів.

Для чіткішого розуміння структури галузі кондитерських виробів в Україні, слід розглянути основних гравців на ринку. На рис. 6 зображено сегментацію ринку кондитерських виробів в Україні.

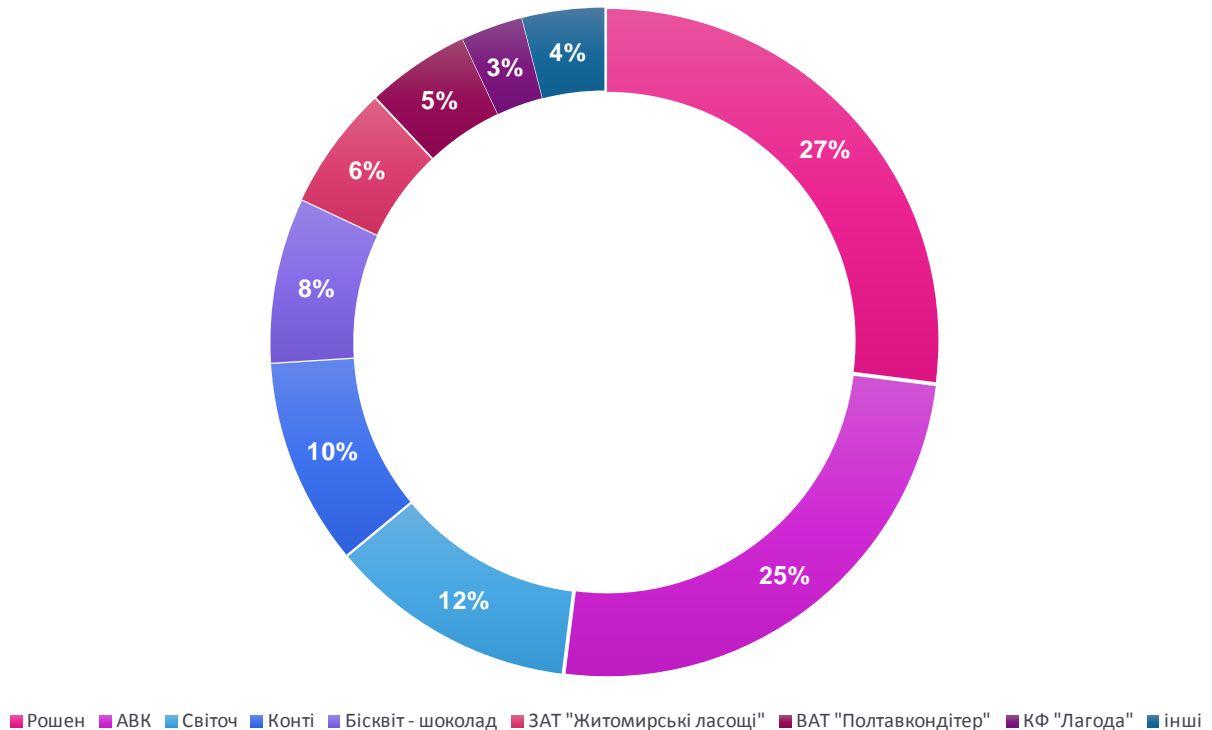


Рис.6 Ринок солодошів України
Fig.6 Market of sweets in Ukraine

1.Корпорація «Roshen». Безперечний лідер українського ринку кондитерської продукції. Компанія збуває свою продукцію на вітчизняному та на міжнародному ринках. Компанія існує з 1996 року. Продукцію можна купити в США, Канаді, ОАЕ, Китаї, Японії, Алжирі, Ізраїлі, країнах ЄС, і СНД. Roshen стабільно входить в топ 100 кондитерських компаній світу. Споживачі люблять і довіряють торговій марці, вона асоціюється з будинком і надійністю, мережа їх фірмових магазинів збільшується, як і асортимент продукції..

2.Група «Конті». Заснована була в 1997 році, і входить в трійку лідерів українського ринку кондитерських виробів. У 2015 році також потрапили в топ 100 кондитерських компаній ринку. Виробничі активи компанії включають в себе п'ять фабрик, з яких дві зараз знаходяться на окупованих територіях. Компанія експортує продукцію в усі країни СНД. Однією з візитних карток компанії є вафельна шоколадна цукерка - «Джек».

3.«АВК». Компанія працює з 1991 року, основні виробничі потужності знаходяться в Дніпропетровській області - це фабрика площею 14639 кв. м. Експортує в

більш ніж 20 країн світу, серед яких Німеччина, Великобританія, Латвія, і Ізраїль. У світовому рейтингу кондитерів у 2015 році компанія зайняла 59 місце. Компанія робить акцент на виробництві шоколадних, пралінових і вафельних цукерок. Однією з найпопулярніших є серія «Труфальє». Компанія також постраждала через проведення АТО, оскільки їй довелося призупинити роботу Донецької та Луганської фабрик. Ще одна фабрика знаходиться в Мукачево (Закарпатська область), на її офіційному сайті шукають інвесторів, готових вкласти гроші або викупити фабрику.

4. Nestle Україна. На Українському ринку з 1994 року, кондитерка - не основна спеціалізація корпорації. В Україні з 1998 року володіє брендом «Світоч». Найпопулярнішими є батончики - «Аеро», «Nuts», «KitKat» (шоколадний бренд номер 3 в світі), Lion, Nesquik Fest, а також драже «сенсації».

5. Кондитерська фабрика «Житомирські ласощі». Входить до п'ятірки лідерів кондитерського ринку України. Продукція компанії розрахована швидше на споживача із середнім і низьким рівнем доходу. У компанії є лінійка для діабетиків, в яку входять цукерки на вагу. Також у компанії є серія «Халяль». Виробнича потужність підприємства - 80 тисяч тонн продукції на рік.

6. Бісквіт-Шоколад. Харківське підприємство, існує з 2001 року, включає в себе 2 фабрики. Експортує у Казахстан, Киргизстан, Грузію, Азербайджан, Молдову, Латвію, Литву, Монголію, США, Канаду, Ізраїль, Німеччину. На експорт йде близько 30% усієї виробленої продукції. Карамель, цукерки (глазуровані і неглазуровані), шоколад, зефір, ірис, мармелад - основна продукція фабрики Харків'янка. Загалом «Харківська бісквітна фабрика» займається випуском борошняних кондитерських виробів.

7. ПАТ «Полтавкондитер» (торгова марка Домінік). Кондитерська фабрика виробляє до 200 тонн продукції в день, експортує в Естонію і Грузію, як і інші постраждала від російського ембарго на українські продукти. Виробничі потужності - 2 фабрики, обидві в Полтаві. Бренд «Домінік» випускає близько 50 видів цукерок. З іншого боку, в регіонах продукцію частіше можна знайти на ринках або маленьких магазинчиках.

8. Монделіс Україна. Український підрозділ швейцарського гіганта, до 2014 року називався «Крафт Фудз Україна», належить групі «Mondelēz InternationaL», найбільшого в світі виробника шоколаду, шоколадних цукерок і печива. Ця фірма найбільше постраждала від нападу росії на Україну.

Висновки. На українському ринку цукерок дуже висока конкуренція. Якість продукції тримається на високому рівні. Лідери українського ринку постійно потрапляють в «Топ 100 Candy Companies», головний критерій відбору для рейтингу - річні виручки з продажів. Втрата ринків збуту в Криму, і на території проведення АТО, а також закриття російського ринку, і перешкоди з транзитом через територію Росії відбилися на стані кондитерської галузі. Roshen втратила в продажах, опустившись в світовому рейтингу на 2 позиції [5].

В процесі дослідження ринку кондитерських виробів України було використано статистичні дані розвитку галузі за останні роки. В ході здійснення оцінки розвитку ринку було використано інструмент Google Trends з метою виявлення динаміки розвитку популярності пошукових слів, які стосуються ринку кондитерських виробів. В результаті дослідження можна підсумувати, що галузь кондитерських виробів України є дуже конкурентна. Найбільшими виробниками кондитерських виробів є: «Roshen», «АВК», «Konti», «Світоч», «Mondeliz». Кожного року кількість суб'єктів господарювання зростає через збільшення привабливості галузі, зростання попиту на солодощі в період пандемії COVID-19, безмитний експорт для солодощів. Згідно з результатами дослідження пошукових термінів за допомогою Google Trends

найпопулярнішими пошуковими запитами, які стосуються даної галузі є «солодощі» та «шоколад».

Дві третини всього ринку і три чверті експорту контролюють: «Roshen», «АВК», «Конті», «Світоч» (Nestle), «Монделіс Україна», «Бісквіт-Шоколад», «Житомирські ласощі», «Полтавакондитер».

Отже, споживач в Україні вказує на переваги власного виробника над закордонним через:

- ціни, які на вітчизняні цукерки є нижчими за імпортні;
- якість солодощів висока та не поступається європейським цукеркам;
- акцент на вітчизняному виробництві, що є останнім трендом на ринку кондитерських виробів;
- широкий асортимент продукції на будь-який смак;
- доступність продукції.

1. Аналіз ринку кондитерських виробів України: тенденції. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/analiz-rynka-konditerskikh-izdeliy-ukrainytendentsii.html> (дата звернення: 20.03.2022).
2. Власенко О.П. Маркетингові технології ідентифікації профілю споживача на ринку кондитерських виробів. URL: http://ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/226/1/Vlasenko_O_The_marketing_technologies_identification_of_consumer.pdf (дата звернення: 21.04.2022).
3. Дослідження: які продукти найчастіше купують українці через кур'єрську доставку. URL: <https://ua-retail.com/2020/05/doslidzhennya-yaki-produkti-najchastishe-kupuyut-ukra%D1%97nci-cherez-kuryersku-dostavku> (дата звернення: 23.04.2022).
4. Загриванська А. В., Голюк В. Я. Аналіз сучасного кондитерського ринку України. *Актуальні проблеми економіки і управління*. 2021. № 15. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/226703> (дата звернення: 28. 04.2022).
5. Інформаційно-аналітичний звіт про ринки кондитерських виробів. URL: <http://ufexpro.com.ua> (дата звернення: 04.05.2022)
6. Разумова Г. В., Оскома О. В. Кондитерський ринок України: аналіз та перспективи розвитку. URL: <file:///C:/Users/Prepod/Downloads/13881-Article%20Text-24363-1-10-20210730.pdf> (дата звернення: 21.04.2022).
7. Савчук І. Аналіз діяльності головних гравців на ринку кондитерських виробів. *Національний університет харчових технологій*. С. 58-59. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/22643/1/26.pdf> (дата звернення: 21.04.2022).
8. Смаглюк А.А., Надточій А.О. Аналіз ринку кондитерських виробів України та перспективи його розвитку. *Інтернаука*. 2020. № 2. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15823961346397.pdf> (дата звернення: 12.03.2022).
9. Нерпан М. Тенденції українського кондитерського ринку. URL: <https://pk.harchovyk.com/ukrayinskyj-kondyterskyj-rynok-zahopyly-try-monopolisty> (дата звернення: 21.04.2022).
10. Тоболін О. Аналіз ринку кондитерських виробів України: тенденції. *Koloro*. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/analiz-rynka-konditerskikh-izdeliy-ukrainytendentsii.html> (дата звернення: 21.03.2022).
11. Трофименко О.О., Золотопер М.А. Економіко-організаційні засади розвитку підприємств кондитерського ринку в Україні. *Сучасні проблеми економіки і підприємництво*, 2019. Вип. 24. С. 165–171.
12. Bochko, O., Krykavskyy, Y., Petetskyi, K. Liekis, I., & Aleksandraviciute B. Study of the market of confectionary products in Ukraine *Global Prosperity*, 2021. Volume 1 Issue 1 Number 2. P. 13-22.
13. Google Trends. URL: <https://trends.google.ru/trends/explore?date=2018-11-17%202021-11-17&geo=UA&q=%D1%88%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B0%D0%B4,%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B8%D0%B2%D0%BE,%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BC%D0%B5%D0%B%D0%B0%D0%B4,%D0%B2%D0%B0%D1%84%D0%BB%D1%96,%D1%86%D1%83%D0%BA%D0%B5%D1%80%D0%BA%D0%B8>(дата звернення: 21.04.2022).
14. Google Trends. URL: <https://trends.google.ru/trends/explore?date=2018-11-17%202021-11-17&geo=UA&q=%D1%81%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D1%89%D1%96>(дата звернення: 21.04.2022).

References

1. "Analysis of the confectionery market in Ukraine: tendencies." Koloro, koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/analiz-rynka-konditerskikh-izdeliy-ukrainytendentsii.html. Accessed 20 March 2022.
2. Vlasenko, O.P. "Marketing technologies of identification of the consumer's profile at the confectionery market." ZNAU, ir.znau.edu.ua/bitstream/123456789/226/1/Vlasenko_O_The_marketing_technologies_identification_of_consumer.pdf. Accessed 21 April 2022.
3. "Research: what products are the most often bought by Ukrainians using courier delivery." ua-retail, ua-retail.com/2020/05/doslidzhennya-yaki-produkti-najchastishe-kupuyut-ukra%D1%97nci-cherez-kuryersku-dostavku. Accessed 23 April 2022.
4. Zahrychanska, A.V., and V.Ya.Holiuk. "Analysis of the current confectionery market of Ukraine." *Actual problems of economy and management*, v. 15, 2021, ape.fmm.kpi.ua/article/view/226703. Accessed 28 April 2022.
5. "Information and analytical report on confectionery markets." Ufexpo, ufexpo.com.ua. Accessed 20 May 2022.
6. Razumova H.V., and O.V. Oskoma. "Confectionery market of Ukraine: analysis and prospects of development." Accessed 21 April 2022.
7. Savchuk, I. "Analysis of performance of the main actors at the confectionery market." *National University of Food Technologies*, pp. 58-59. NUFT, dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/22643/1/26.pdf. Accessed 21 April 2022.
8. Smahliuk, A.A., and A.O. Nadtochii. "Analysis of the confectionery market of Ukraine and prospects for its development." *Internauka (electronic journal)*, vol. 2, www.inter-nauka.com/uploads/public/158239613463_97.pdf. Accessed 13 March. 2022.
9. Nerpan, M. "Trends at the Ukrainian confectionery market." Harchovyk, pk.harchovyk.com/ukrayinskyj-kondyterskyj-rynek-zahopyly-try-monopolisty. Accessed 21 April 2022.
10. Tobolin, O. "Analysis of the confectionery market of Ukraine: trends." Koloro, koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/analiz-rynka-kon-diter-skikhizdeliy-ukrainy-tendentsii.htm. Accessed 21 March 2022.
11. Trofymenko, O.O., and M.A.Zolotoper. "Economic and organizational principles of development of confectionery enterprises in Ukraine." *Modern problems of economy and business*, vol. 24, 2019, pp. 165–171.
12. Bochko, O., Krykavskyy, Y., Petetskyi, K. Liekis, I., & B. Aleksandraviciute. "Study of the market of confectionary products in Ukraine." *Global Prosperity*, vol. 1, issue 1,no.2, 2021, pp. 13-22.
13. Google Trends, trends.google.ru/trends/explore?date=2018-11-17%202021-11-17&geo=UA&q=%D1%88%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B0%D0%B4,%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B8%D0%B2%D0%BE,%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BC%D0%B5%D0%B%D0%B0%D0%B4,%D0%B2%D0%B0%D1%84%D0%BB%D1%96,%D1%86%D1%83%D0%BA%D0%B5%D1%80%D0%BA%D0%B8. Accessed 21 April 2022.
14. Google Trends, trends.google.ru/trends/explore?date=2018-11-17%202021-11-17&geo=UA&q=%D1%81%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D1%89%D1%96. Accessed 21 April 2022.

УДК 336.14 : 657.47

doi: 10.15330/apred.2.18.274-287

Петрина М.Ю.¹, Муратова М.І.², Кушлик О.Ю.³, Кочкодан В.Б.⁴

ВПЛИВ ДЕФЦИТУ БЮДЖЕТУ НА МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ

Івано-Франківський національний технічний
університет нафти і газу,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра менеджменту і адміністрування,
вул. Карпатська, 15, м. Івано-Франківськ,
79019, Україна,
¹ тел.: 0503733735,
e-mail: petrynamy@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0003-2233-6341

² тел.: 0974083178,
e-mail: muratovamaiia@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0001-6313-3650

³ тел.: 0505813006,
e-mail: oksana.kushlyk@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0002-4670-1289

⁴ тел.: 0951158019,
e-mail: k.volodya@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0003-2233-6341

Анотація. Стаття присвячена дослідженню впливу дефіциту бюджету на матеріально-технічне забезпечення закладів охорони здоров'я України. Обґрунтовано, що Україна суттєво відстає від своїх європейських сусідів за такими показниками, як тривалість життя та смертність. Основними передумовами високого рівня смертності є такі фактори ризику як паління, зайва вага, брак фізичного навантаження та надмірне вживання алкоголю, поряд із невіршеними проблемами стосовно поширення інфекційних захворювань і високого рівня травматизму. Україна витрачає значну частину ВВП на послуги охорони здоров'я, проте рівень ВВП на душу населення в Україні є нижчим, ніж у більшості європейських країн. Водночас, багатьом країнам вдається досягати досить хороших показників тривалості життя та смертності, маючи співставні витрати на охорону здоров'я. Система охорони здоров'я в Україні є громіздкою та застарілою і базується на моделі з жорсткими процедурами управління та фінансування. Таку ситуацію обумовлюють глибинні недоліки, накопичені у національній системі охорони здоров'я через відсутність модернізації, ігнорування потреб населення, невикористання сучасних світових тенденцій, неефективної роботи системи та високого рівня корупції. Аналіз стану матеріально-технічного забезпечення за результатами проведеної роботи показав, що в переважній своїй більшості заклади охорони здоров'я не забезпечені апаратурою для проведення діагностики або були забезпечені такою апаратурою ще у 1990-2000 роки. З цього ми можемо зробити висновки, що наявне обладнання є морально застарілим та фізично зношеним. Тому було прийнято рішення провести заміну обладнання, яке знаходиться в експлуатації більше 10 років. Визначено необхідну додаткову кількість обладнання для забезпечення потреб опорних закладів охорони здоров'я України у розрізі адміністративно-територіальних одиниць. Проаналізовано використання методів комп'ютерної томографії, методів рентгенографії та ультразвукової діагностики, апаратів штучної вентиляції для лікування легень для підтвердження наявності гострої респіраторної хвороби COVID-19,

спричиненої корона вірусом SARS-CoV-2. Завдяки злагодженій співпраці задіяних центральних органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування було досягнуто видатних результатів по оснащенню новітнім сучасним обладнанням 256 закладів охорони здоров'я по всій території України. Оцінюючи результативні показники, в статті доведено, що наразі оновлено близько 20% наявної матеріально-технічної бази.

Ключові слова: державний бюджет, дефіцит, матеріально-технічне забезпечення, заклади охорони здоров'я України, пандемія COVID-19.

Petryna M.Yu¹, Muratova M.I.², Kushlyk O.Yu.³, Kochkodan V.B.⁴
THE BUDGET DEFICIT IMPACT ON THE MATERIAL AND TECHNICAL
SUPPORT OF UKRAINE'S HEALTHCARE INSTITUTIONS

Ivano-Frankivsk National
Technical University of Oil and Gas,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Departments of Management and
administration,
Carpathian, str.,15, Ivano-Frankivsk,
79019, Ukraine,
¹ tel.: 0503733735,
e-mail: petrynamy@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0003-2233-6341

² tel.: 0974083178,
e-mail: muratovamaiia@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0001-6313-3650

³ tel.: 0505813006,
e-mail: oksana.kushlyk@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0002-4670-1289

⁴ tel.: 0951158019,
e-mail: k.volodya@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0003-2233-6341

Abstract. The article is devoted to the study of the impact of the budget deficit on the logistics of health care facilities in Ukraine. It is substantiated that Ukraine lags far behind its European neighbors in such indicators as life expectancy and mortality. The main preconditions for high mortality are risk factors such as smoking, overweight, lack of exercise and excessive alcohol consumption, along with unresolved issues related to the spread of infectious diseases and high levels of injuries. Ukraine spends much of its GDP on health care, but its per capita GDP in Ukraine is lower than in most European countries. At the same time, many countries are achieving fairly good life expectancy and mortality rates at a comparable cost of health. Ukraine's health care system is cumbersome and outdated and is based on a model with strict management and funding procedures. This situation is due to deep shortcomings in the national health care system due to lack of modernization, ignoring the needs of the population, failure to use modern world trends, inefficient operation of the system and high levels of corruption. Analysis of the state of logistics on the results of this work showed that the vast majority of health care facilities are not equipped with equipment for diagnosis or were provided with such equipment in 1990-2000. From this we can conclude that the existing equipment is obsolete and physically worn out. Therefore, it was decided to replace the equipment that has been in operation for more than 10 years. The necessary additional amount of equipment to meet the needs of health care support institutions of Ukraine in terms of administrative-territorial units has been identified. The use of computed tomography, radiography and ultrasound, and ventilators for lung treatment was analyzed to confirm the presence of acute respiratory disease

COVID-19 caused by SARS-CoV-2 virus. Thanks to the coordinated cooperation of the involved central executive bodies and local self-government bodies, outstanding results were achieved in equipping 256 health care institutions throughout Ukraine with the latest modern equipment. Evaluating the performance indicators, the article proves that currently about 20% of the available material and technical base has been updated.

Key words: state budget, deficit, material and technical support, health care facilities of Ukraine, pandemic COVID-19.

Вступ. Відповідно до Національної стратегії реформування системи охорони здоров'я в Україні на період 2015 – 2020 років, що є складовою Національного плану дій з реформування, котрий був проголошений Указом Президента України від 12 січня 2015 року №5/2015 «Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» та урядом України (програма діяльності Кабінету Міністрів України, схвалена постановою Верховної ради України від 11 грудня 2014 року № 26-VIII), статус української системи охорони здоров'я має такі характеристики:

1. Україна суттєво відстає від своїх європейських сусідів за такими показниками, як тривалість життя та смертність. Основними передумовами високого рівня смертності є такі фактори ризику як паління, зайва вага, брак фізичного навантаження та надмірне вживання алкоголю, поряд із невирішеними проблемами стосовно поширення інфекційних захворювань і високого рівня травматизму.

2. Україна витрачає значну частину ВВП на послуги охорони здоров'я, проте рівень ВВП на душу населення в Україні є нижчим, ніж у більшості європейських країн. Водночас, багатьом країнам вдається досягати досить хороших показників тривалості життя та смертності, маючи співставні витрати на охорону здоров'я.

3. Система охорони здоров'я в Україні є громіздкою та застарілою і базується на моделі з жорсткими процедурами управління та фінансування. Таку ситуацію обумовлюють глибинні недоліки, накопичені у національній системі охорони здоров'я через відсутність модернізації, ігнорування потреб населення, невикористання сучасних світових тенденцій, неефективної роботи системи та високого рівня корупції [1].

Щодня Україна втрачає 1500 людей, щогодини – 63 людини. На 100 померлих українців приходить 53 народжених. Наприклад, у 2019 році половина пацієнтів були позбавлені доступу до надання медичної допомоги при гострому інфаркті міокарду. Тому в 2020 році державний бюджет України було закладено 1 млрд грн, щоб побудувати достатню кількість центрів екстреної допомоги, аби змінити цю ситуацію на краще [2]. Реалізація такого масштабного завдання передбачається за допомогою Програми Президента України «Велике будівництво». Програма стосується реконструкції та будівництва об'єктів цивільної інфраструктури у всіх соціальних сферах, таких як медична галузь, галузь освіти, спортивної сфери та культурної спадщини. За цією ж програмою здійснюватиметься будівництво медичних амбулаторій та багатопрофільних лікарень інтенсивного лікування першого та другого рівнів, тому що це є невід'ємною частиною піклування про здоров'я кожного українця.

Постановка завдання. Мета – проаналізувати вплив дефіциту державного бюджету на матеріально-технічне забезпечення закладів охорони здоров'я України. Серед основних завдань статті необхідно з'ясувати та проаналізувати використання бюджетних коштів на реалізацію частини проекту «Велике будівництво», а саме вплив економічної ситуації на планово-фактичні показники виконання даного проекту.

Теоретичною та методологічною основою статті є наукові та практичні результати провідних вітчизняних та зарубіжних фахівців в сфері матеріально-технічного забезпечення закладів охорони здоров'я України. Нормативно-інформаційною базою дослідження слугували закони України, Постанови Кабінету та

інші нормативні акти, що стосуються тематики дисертаційної роботи, статистичні джерела, дані звітності про інноваційну діяльність.

Для вирішення поставлених в науковій роботі завдань використовувалися *методи*: аналізу і синтезу – для аналізу матеріально-технічного забезпечення закладів охорони здоров'я України та виявлення дефіциту, табличний метод – для інтерпретації інформації щодо необхідної додаткової кількості обладнання для забезпечення потреб опорних лікарень України, статистичного аналізу - для оцінки стану поточного оснащення закладів охорони здоров'я, графічний - для візуалізації висновків.

Результати. Реформа системи фінансування охорони здоров'я почалася у 2018 році, а з 1 квітня 2020 року всі заклади охорони здоров'я екстреної медичної допомоги, вторинної медичної допомоги, інші заклади уклали договори з Національною службою здоров'я України. Таким чином почав реалізовуватися принцип, коли гроші йдуть за пацієнтом.

За результатами соціологічного дослідження «Децентралізація та реформа місцевого самоврядування», яке проводив Центр «Соціальний індикатор» в серпні-вересні 2020 року 46% респондентів з опитаних виказали до новообраної місцевої влади питанням пріоритету створення умов для покращення сфери охорони здоров'я [1].

Загалом фінансування закладів охорони здоров'я відбувається відповідно до договорів з ними. Тобто лікарня отримує кошти виключно за послуги, які надає, згідно з тарифом за них. Таким чином, здійснюється більш ефективно і економне використання тих грошових ресурсів, які є в закладах охорони здоров'я – адже заклад, який надає більше послуг, інтенсивно працює, той і отримує більше коштів. Бачимо такі приклади у регіонах, зокрема в районних лікарнях – тих лікарнях, які наближені до пацієнтів. Цей принцип довів свою ефективність під час організації відповіді мережі закладів охорони здоров'я на пандемію COVID-19. Можна достатньо оперативно збільшувати суму договору і спрямовувати більше коштів туди, де заклади охорони здоров'я приймають більше пацієнтів і надають більший обсяг медичної допомоги. Це допомагає підтримувати постійне фінансування закладу, і ці кошти заклад може витратити на забезпечення ліками і на доплати медичному персоналу, який надає медичну допомогу цим пацієнтам.

На виконання доручення Прем'єр-міністра України від 11.06.2020 № 24398/0/1-20 щодо реалізації Програми Президента України «Велике будівництво» та пункту 2 витягу з протоколу засідання Кабінету Міністрів України від 25.06.2020 №47 та з метою розбудови спроможної мережі – сукупності закладів охорони здоров'я, які провадять в установленому законом порядку господарську діяльність з медичної практики та мають функціональні потужності, здатні забезпечувати надання якісної, комплексної, безперервної і орієнтованої на пацієнта медичної допомоги відповідно до соціально-демографічних характеристик населення, особливостей його розселення на відповідній території - у госпітальних округах та на виконання частини третьої статті 10 Закону України «Про екстрену медичну допомогу», з метою здійснення заходів, спрямованих на функціонування системи екстреної медичної допомоги, підвищення якості екстреної медичної допомоги, що надається населенню України, перед Міністерством охорони здоров'я України було поставлено за мету протягом 2020 року побудувати або реконструювати приймальні відділення 210 опорних закладів охорони здоров'я (далі – ЗОЗ) по всій країні. Будівництво чи реконструкція об'єктів засновані на принципах енергоефективності та високої якості, інклюзивності та націленості на кожного українця як клієнта [2].

На виконання поставлених завдань Міністерство охорони здоров'я України (МОЗ України) наказом від 19 травня 2021 року №1167 «Про затвердження Примірного

табеля матеріально-технічного оснащення відділень екстреної (невідкладної) медичної допомоги» затвердило «Примірний табель матеріально-технічного оснащення відділень екстреної (невідкладної) медичної допомоги» [3].

За результатами опрацювання наданої регіонами інформації щодо наявного дефіциту обладнання МОЗ України прийняло рішення щодо необхідності здійснення заходів, спрямованих на запобігання виникненню та поширенню, локалізацію та ліквідацію спалахів, епідемій та пандемій гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, на території України.

Аналіз стану поточного оснащення закладів охорони здоров'я

Міністерством охорони здоров'я України разом із обласними державними адміністраціями було проведено аналіз дефіциту необхідного обладнання та кадрового забезпечення і сплановано проведення відповідних заходів задля можливості відкриття у жовтні 2020 року оновлених приймальних відділень 210 опорних лікарень у 24 регіонах.

Крім того, Міністерство охорони здоров'я України зібрало та опрацювало потребу в обладнанні опорних лікарень областей України.

Аналіз стану матеріально-технічного забезпечення за результатами проведеної роботи показав, що в переважній своїй більшості заклади охорони здоров'я не забезпечені апаратурою для проведення діагностики або були забезпечені такою апаратурою ще у 1990-2000 роки. З цього ми можемо зробити висновки, що наявне обладнання є морально застарілим та фізично зношеним. Тому було прийнято рішення провести заміну обладнання, яке знаходиться в експлуатації більше 10 років.

Відповідно до розрахунків загальна вартість обладнання за обрахованою потребою орієнтовно складає 9 765 793 тис. гривень.

Враховуючи, що забезпечення усім обладнанням на вищезазначену суму коштів неможливе протягом одного року у зв'язку з надмірним фінансовим навантаженням на бюджет України було визначено першочерговість закупівлі медичного обладнання, а саме таких позицій – ангиограф, комп'ютерний томограф спіральний, медичні вироби та допоміжні засоби для проведення ендоскопічних досліджень. Отже, для закупівлі зазначеного обладнання Міністерство охорони здоров'я України потребувало виділення коштів у орієнтовному обсязі 5 300 000 тис. гривень.

Нижче у таблиці 1 наведено інформацію щодо необхідної додаткової кількості обладнання для забезпечення потреб опорних закладів охорони здоров'я України у розрізі адміністративно-територіальних одиниць.

Таблиця 1

Інформація щодо необхідної додаткової кількості обладнання для забезпечення потреб опорних лікарень України

Table 1

Information on the required additional amount of equipment to meet the needs of support hospitals in Ukraine

№	Область	КТ	Вартість, орієнтовна ціна 22 000 000 грн	Ангіограф	Вартість, орієнтовна ціна 22 500 000грн	Ендоскопія (ФЕГДС, ФБС, ФКС)	Вартість, орієнтовна ціна 5 000 000 грн	РАЗОМ, грн
1	Вінницька	10	220000000,00	1	22500000,00	9	45000000,00	287 500 000,00
2	Волинська	4	88000000,00	0	0,00	2	10000000,00	98 000 000,00
3	Дніпропетровська	10	220000000,00	5	112500000,00	4	20000000,00	352 500 000,00
4	Донецька	4	88000000,00	3	67500000,00	8	40000000,00	195 500 000,00
5	Житомирська	6	132000000,00	1	22500000,00	5	25000000,00	179 500 000,00
6	Закарпатська	8	176000000,00	1	22500000,00	8	40000000,00	238 500 000,00
7	Запорізька	3	66000000,00	2	45000000,00	8	40000000,00	151 000 000,00
8	Івано-Франківська	7	154000000,00	2	45000000,00	9	45000000,00	244 000 000,00
9	Київська	10	220000000,00	4	90000000,00	11	55000000,00	365 000 000,00
10	Кіровоградська	6	132000000,00	2	45000000,00	6	30000000,00	207 000 000,00
11	Луганська	5	110000000,00	2	45000000,00	5	25000000,00	180 000 000,00
12	Львівська	6	132000000,00	2	45000000,00	9	45000000,00	222 000 000,00
13	Миколаївська	4	88000000,00	2	45000000,00	2	10000000,00	143 000 000,00
14	Одеська	11	242000000,00	4	90000000,00	0	0,00	332 000 000,00
15	Полтавська	6	132000000,00	3	67500000,00	7	35000000,00	234 500 000,00
16	Рівненська	7	154000000,00	1	22500000,00	6	30000000,00	206 500 000,00
17	Сумська	5	110000000,00	1	22500000,00	1	5000000,00	137 500 000,00
18	Тернопільська	6	132000000,00	2	45000000,00	6	30000000,00	207 000 000,00
19	Харківська	11	242000000,00	3	67500000,00	3	15000000,00	324 500 000,00
20	Херсонська	7	154000000,00	0	0,00	5	25000000,00	179 000 000,00
21	Хмельницька	7	154000000,00	1	22500000,00	0	0,00	176 500 000,00
22	Черкаська	7	154000000,00	1	22500000,00	7	35000000,00	211 500 000,00
23	Чернівецька	5	110000000,00	2	45000000,00	5	25000000,00	180 000 000,00
24	Чернігівська	6	132000000,00	3	67500000,00	9	45000000,00	244 500 000,00
ВСЬОГО		161	3 542 000 000,00	48	1 080 000 000,00	135	675 000 000,00	5 297 000 000,00

Складено автором на основі [3]

Використання методів комп'ютерної томографії для підтвердження наявності гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2

З науково-технічних джерел нам відомо, що комп'ютерна томографія (далі – КТ) має максимальну чутливість у виявленні змін у легенях, характерних для COVID-19 пневмонії. Застосування КТ доцільно для первинної оцінки органів грудної порожнини у пацієнтів з важкими прогресуючими формами захворювання, а також для диференційної діагностики виявлених змін і оцінки динаміки процесу [4, 5].

Комп'ютерна томографія – визнаний метод для дослідження хребта і кісток скелета, внутрішніх органів (серця, легенів, печінки, нирок, наднирників, підшлункової залози, головного мозку), і судин (КТ з контрастуванням). Тому нерідко комп'ютерна томографія стає уточнюючим способом діагностики після УЗД.

Хоча КТ часто і називають «великим рентгеном» або осучасненим рентген-апаратом, все ж він набагато інформативніше класичного рентгена. Адже якщо традиційний рентгенівський метод дає зображення лише в одній або двох проєкціях, то комп'ютерний томограф допомагає, розглянути ділянку з усіх боків, та ще й з точністю до міліметра.

На виконання постанови Кабінету Міністрів України від 08 липня 2020 року № 613 «Про виділення коштів для закупівлі обладнання для приймальних відділень опорних закладів охорони здоров'я у госпітальних округах» [6] було придбано 161 одиницю комп'ютерних томографів. Наказами МОЗ України від 20 листопада 2020 року № 2702 [7] та від 21 грудня 2020 року № 2955 [8] було здійснено розподіл обладнання між структурними підрозділами з питань охорони здоров'я облдержадміністрацій для забезпечення приймальних відділень опорних закладів охорони здоров'я у госпітальних округах відповідно до заявок, складених зазначеними структурними підрозділами.

Загалом на закупівлю комп'ютерних томографів було витрачено 2 302 620 тис. гривень.

Використання методів рентгенографії та ультразвукової діагностики для підтвердження наявності гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2

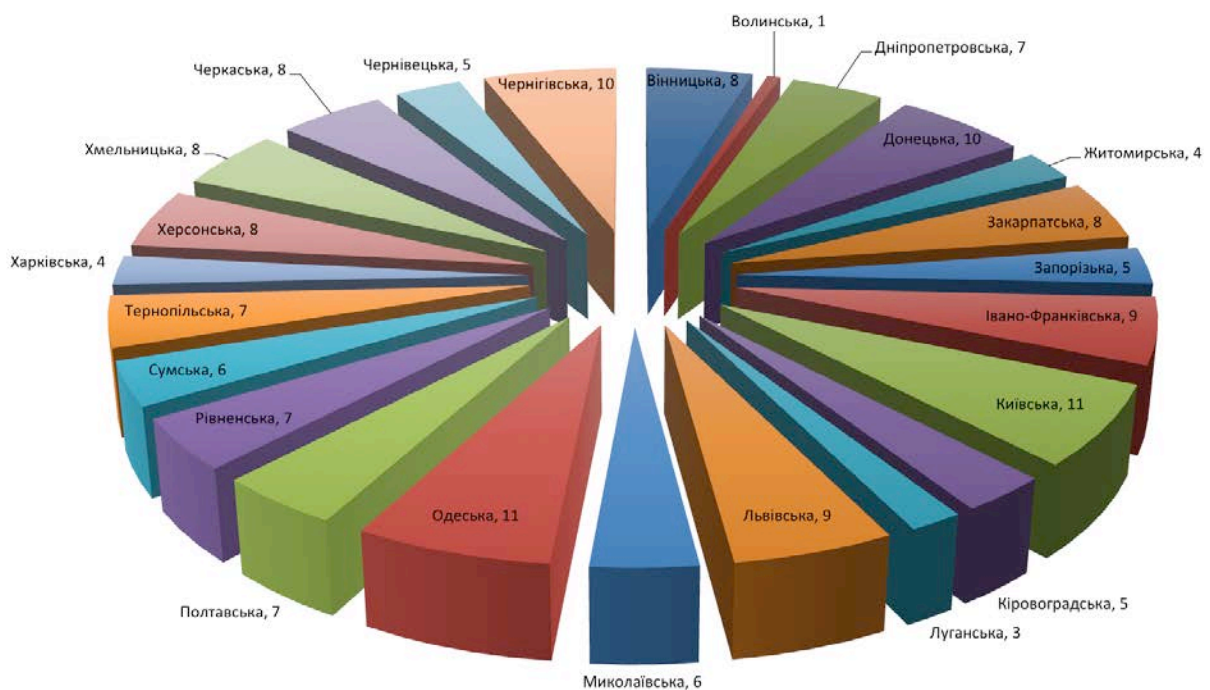
Для виявлення COVID-19 пневмоній, їх ускладнень, диференційної діагностики з іншими захворюваннями легенів, а також для визначення ступеня вираженості і динаміки змін, оцінки ефективності проведеної терапії застосовують методи променевої діагностики: оглядову рентгенографію легень (далі – РГ) та ультразвукове дослідження легень і плевральних порожнин (далі – УЗД) [9-10].

У той же час відповідно до переліку «Товарів, робіт і послуг, необхідних для здійснення заходів, спрямованих на запобігання виникненню та поширенню, локалізацію та ліквідацію спалахів, епідемій та пандемій гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, на території України» затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 20 березня 2020 року № 225 (зі змінами від 29.09.2021) «Деякі питання закупівлі товарів, робіт і послуг, необхідних для здійснення заходів, спрямованих на запобігання виникненню та поширенню, локалізацію та ліквідацію спалахів, епідемій та пандемій гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, на території України» - Апарат рентгенівський діагностичний пересувний» та «Апарат ультра звукової діагностики з набором датчиків» є медичним обладнанням для закладів охорони здоров'я, що надають допомогу пацієнтам, хворим на COVID-19 [11].

Відповідно до затвердженого розподілу департаментами охорони здоров'я було використано надану їм субвенцію на закупівлю апаратів УЗД та цифрових рентгенів у кількостях, як це зображено на рисунках 1 та 2 відповідно.

Згідно зі додатком №2 до «Стандартів медичної допомоги COVID-19», що надається при коронавірусній хворобі (COVID-19), які затверджені наказом МОЗ від 28 березня 2020 року № 722 «Організація надання медичної допомоги хворим на коронавірусну хворобу (COVID-19)» [12] - госпіталізація за клінічними критеріями показана хворим з підозрою/підтвердженням COVID-19 при: середньої тяжкості і тяжкому стані – ознаки пневмонії та/або дихальної недостатності (збільшення частоти дихальних рухів вище фізіологічної норми, кровохаркання, показник SpO2 (насичення киснем) при вимірюванні пульсоксиметром $\leq 93\%$) та при наявності рентгенологічно підтвердженої пневмонії.

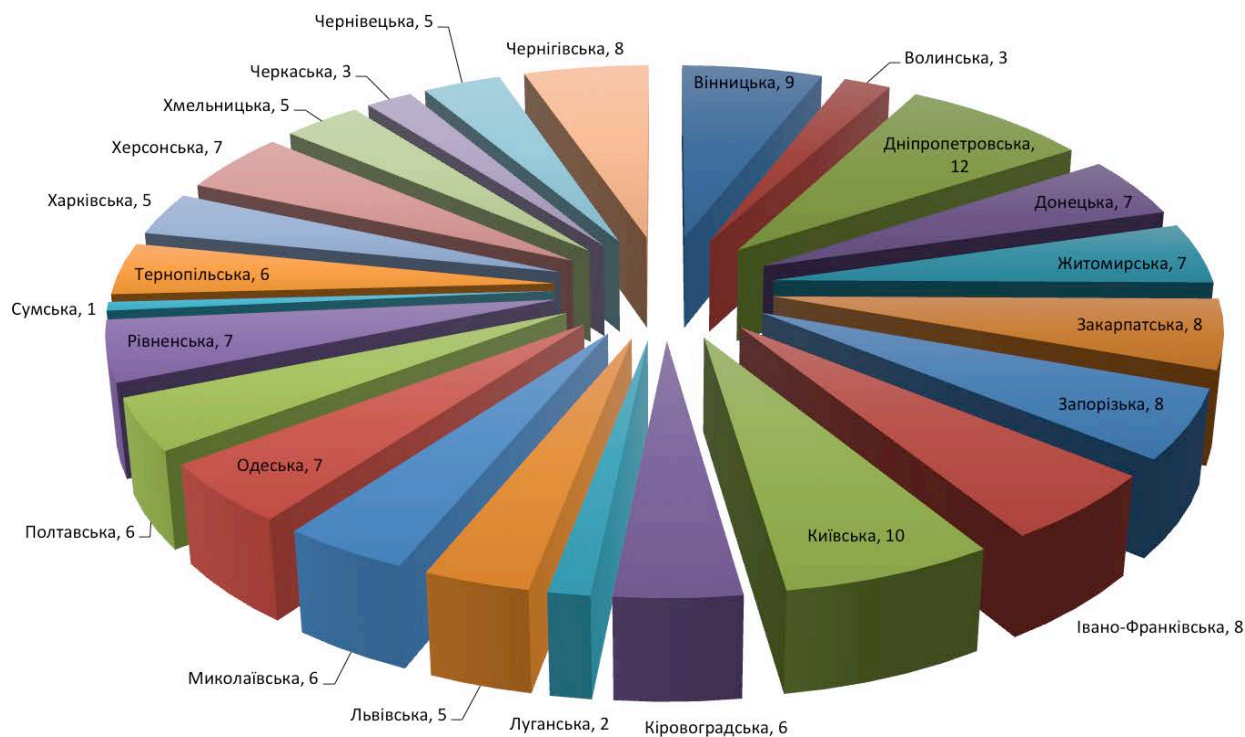
Згідно з додатком №10 «Клінічні синдроми, пов'язані з COVID-19» до «Стандартів медичної допомоги COVID-19» гострий респіраторному дистрес синдром характеризується появою нових симптомів ураження легень або посилення наявних протягом одного тижня після виявленої клінічної патології. Рекомендується проведення візуалізації органів грудної клітки (рентгенографія, КТ або ультразвукове дослідження легень).



Побудовано автором на основі [13]

Рис. 1. Кількість закуплених апаратів УЗД
Fig.1. Number of purchased ultrasound machines

Кількість закуплених цифрових рентгенів

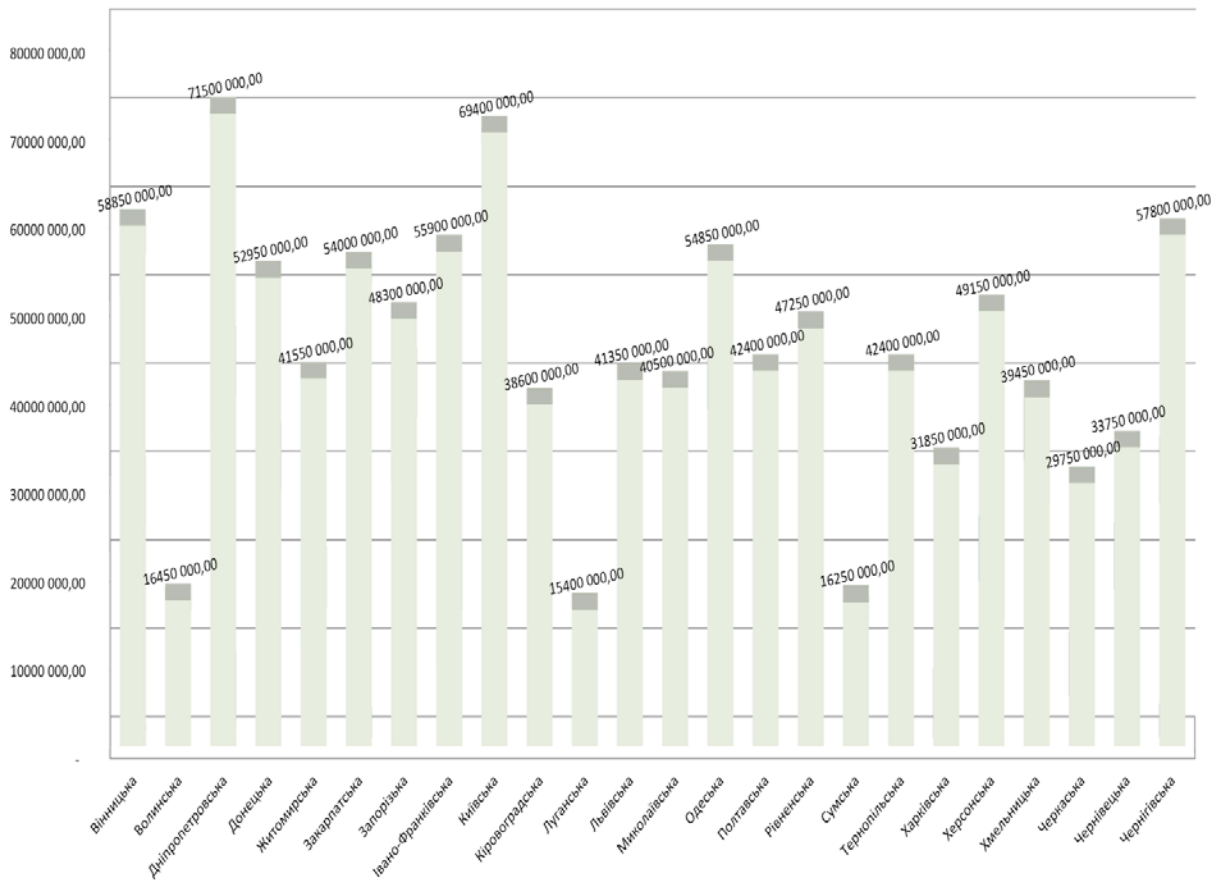


Побудовано автором на основі [13]

Рис. 2. Кількість закуплених цифрових рентгенів

Fig.2. Number of purchased digital X-rays

Постановою Кабінету Міністрів України від 16 грудня 2020 року № 1251 «Про виділення коштів для забезпечення опорних закладів охорони здоров'я у госпітальних округах медичним обладнанням, а саме цифровими рентгенами та апаратами ультразвукової діагностики» [13] було виділено 1 049 650 тис. гривень із фонду боротьби з гострою респіраторною хворобою COVID-19, спричиненою коронавірусом SARS-CoV-2, та її наслідками, для забезпечення здійснення деяких заходів, спрямованих на запобігання виникненню та поширенню, локалізацію та ліквідацію спалахів, епідемій та пандемій гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, на безповоротній основі, як субвенцію з державного бюджету місцевим бюджетам для забезпечення необхідним медичним обладнанням опорних закладів охорони здоров'я у госпітальних округах.



Побудовано автором на основі [14-15]

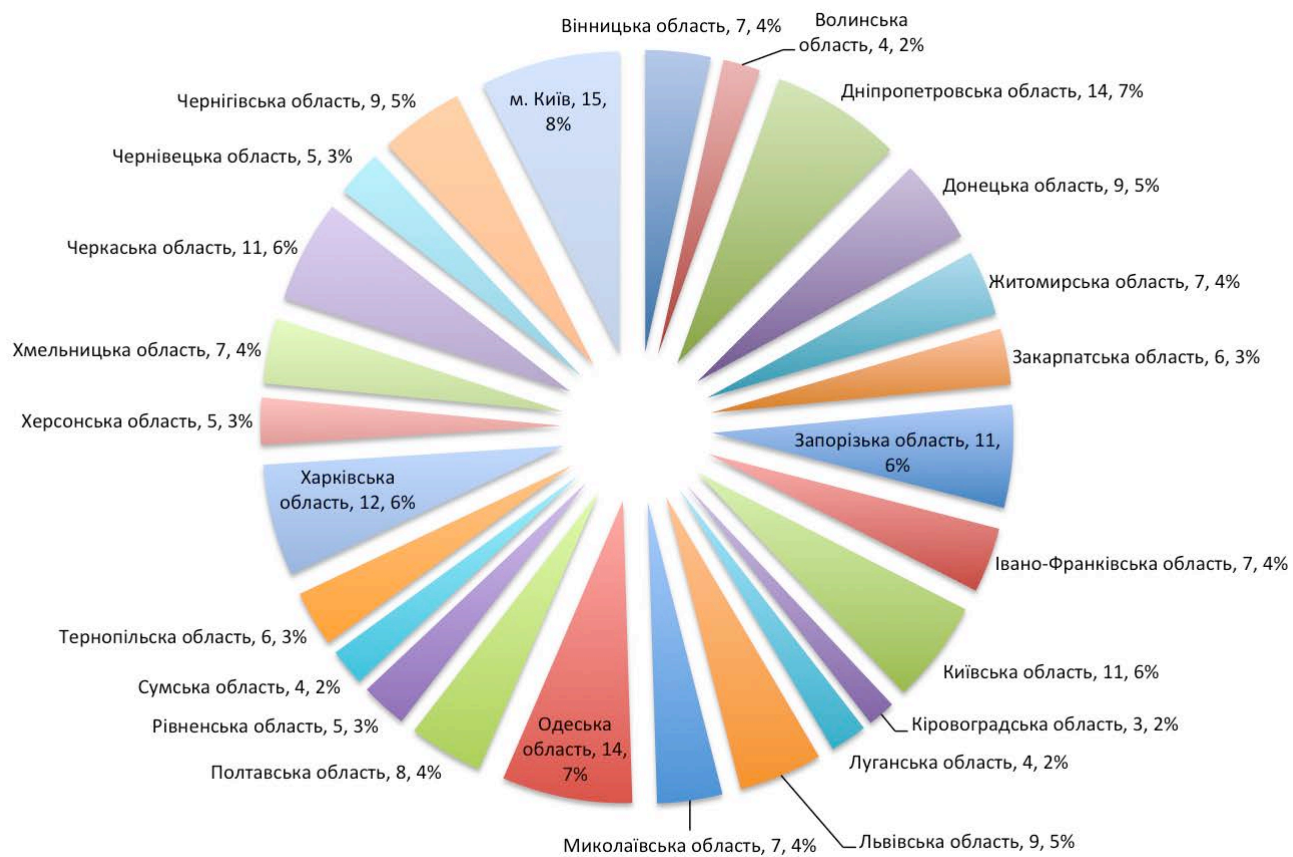
Рис. 3. Кількість коштів, витрачена регіонами на закупівлю обладнання, грн

Fig.3. The amount of money spent by the regions on the purchase of equipment

Використання апаратів штучної вентиляції для лікування легень методів комп'ютерної томографії для підтвердження наявності гострої респіраторної інфекції зумовленої вірусом SARS-CoV-2

При коронавірусі починає розвиватися двостороння пневмонія: альвеоли наповнюються рідиною і перестають брати участь в газообміні. В результаті – легені постачають менше кисню в кров. Ось тоді для пацієнтів з важкою формою COVID-19 є надто вагомим своєчасне підключення до апарату штучної вентиляції легень (далі – ШВЛ) [14].

На рисунку 4 ми можемо наглядно побачити в якому співвідношенні були забезпечені регіони України, додатково закупленими у 2020 році, апаратами ШВЛ.



Побудовано автором на основі [14-15]

Рис. 4. Кількість апаратів ШВЛ, що були закуплені у 2020 році для забезпечення регіонів України у кількісному і відсотковому вираженні

Fig.4. Number of ventilators purchased in 2020 to provide the regions of Ukraine in quantitative and percentage terms

У зв'язку з поширенням коронавірусу у світі дедалі більше держав повідомляють про брак апаратів ШВЛ. Європейські виробники апаратів ШВЛ перевантажені замовленнями. Деякі навіть змушені відмовлятися від іноземних замовників, працюючи виключно на свій уряд. В Італії - країні з найбільшою кількістю смертей від коронавірусу – лікарям через брак цих апаратів доводилося обирати між тим, кого до них підключати, а кого – ні. Апарати ШВЛ стали медичним обладнанням №1 в умовах боротьби з COVID-19. За них розгорнулася справжня гонка на світових ринках, оскільки саме ці апарати допомагають рятувати життя тих, у кого коронавірус спричиняє тяжкі ускладнення.

МОЗ України планує закупити близько 200 апаратів ШВЛ, які вироблені в Україні. Зокрема, зазначимо, що експертиза показала високу якість українських апаратів ШВЛ, які повністю відповідають найкращим стандартам. Українські апарати ШВЛ будуть вдвічі дешевшими, а це означає краще забезпечення лікарень [15].

Однак, договори на закупівлю апаратів ШВЛ (шведського виробництва) були підписані 30.09.2020 та 16.10.2020 на 100 одиниць кожний. Всього на закупівлю апаратів ШВЛ було витрачено 84 млн. гривень [15].

В Україні є понад 3 500 апаратів для штучної вентиляції легень. Близько 400 апаратів для штучної вентиляції легень є у відділеннях інтенсивної терапії інфекційних лікарень. Близько 3 500 апаратів є у відділеннях інтенсивної терапії, які перспективними планами перепрофілювання лікарень в подальшому можуть використовуватися для надання реанімаційної допомоги хворим на коронавірусну хворобу. Водночас ще є значна кількість апаратів для штучної вентиляції легень в операційних, де проводили планові операції. Якщо поррахувати, то це виходить приблизно 1 апарат на 12 тис. українців. Не всі апарати є високого класу або середнього - серед 3500 є також апарати невисокого класу [15].

Висновки. Задля виконання поставленої мети, основаної на принципах енергоефективності та високої якості, націленості на кожного українця, та завдяки злагодженій співпраці задіяних центральних органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, було досягнуто видатних результатів по оснащенню новітнім сучасним обладнанням 256 закладів охорони здоров'я по всій території України.

Оцінюючи результативні показники, можемо сказати, що наразі оновлено близько 20% наявної матеріально-технічної бази. Це в свою чергу передбачає подальшу роботу над даним проектом, що можливо лише за умови збереження високого пріоритетного статусу даного питання та підтримки держави.

З урахуванням доведених обсягів видатків з державного бюджету перспективи подальших досліджень будуть спрямовані на визначення порядку використання коштів, виділених для закупівлі обладнання для приймальних відділень опорних закладів охорони здоров'я у госпітальних округах задля успішної реалізації проекту «Велике будівництво» та створення спроможної мережі надавачів медичних послуг у відповідності до потреб населення по всій території України.

1. Віленський А. Що треба знати про медицину сьогодні: нові райони, COVID, фінансування. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/13040> (дата звернення: 27.04.2022).
2. Велике будівництво: програма Президента України. URL: <https://bigbud.kmu.gov.ua> (дата звернення: 21.02.2022).
3. Про затвердження Примірного табеля матеріально-технічного оснащення відділень екстреної (невідкладної) медичної допомоги: Наказ МОЗ України від 19.05.2021 № 1167. URL: <https://moz.gov.ua/article/ministry-mandates/nakaz-moz-ukraini-vid-19052021--1167-pro-zatverdzhennja-primirnogo-tabelja-materialno-tehnichnogo-osnaschennja-viddilen-ekstrenoi-nevidkladnoi-medichnoi-dopomogi> (дата звернення: 18.05.2022).

4. A Comparative Study of Chest Computed Tomography Features in Young and Older Adults With Corona Virus Disease (COVID-19) / T. Zhu, Y. Wang, S. Zhou [et al.] *Journal of Thoracic Imaging*. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7253040> (дата звернення: 11.05.2022).
5. Що таке КТ, і в чому її відмінність від МРТ, рентгена та інших видів діагностики? URL: <https://premium.zp.ua/ua/chto-takoe-kt-i-v-chem-ee-otlichie-ot-mrt-rentgena-i-drugih-vidov-diaagnostiki> (дата звернення: 11.05.2022).
6. Про виділення коштів для закупівлі обладнання для приймальних відділень опорних закладів охорони здоров'я у госпітальних округах: Постанова Кабінету Міністрів України від 08 липня 2020 року № 613. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/613-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 17.05.2022).
7. Про Розподіл комп'ютерних томографів, для забезпечення опорних закладів охорони здоров'я у госпітальних округах, закуплених за кошти Державного бюджету України на 2020 рік: Наказ МОЗ України від 20 листопада 2020 року № 2702. URL: <https://moz.gov.ua/article/ministry-mandates/nakaz-moz-ukraini-vid-20112020--2702-pro-rozpodil-kompjutersnih-tomografiv-dlja-zabezpechennja-opornih-zakladiv-ohoroni-zdorovja-u-gospitalnih-okrugah-zakuplenih-za-koshti-derzhavnogo-bjudzhetu-ukraini-na-2020-rik> (дата звернення: 17.05.2022).
8. Про Розподіл комп'ютерних томографів, для забезпечення опорних закладів охорони здоров'я у госпітальних округах, закуплених за кошти Державного бюджету України на 2020 рік: Наказ МОЗ України від 21 грудня 2020 року № 2955. URL: <https://moz.gov.ua/article/ministry-mandates/nakaz-moz-ukraini-vid-21122020--2955-pro-rozpodil-kompjutersnih-tomografiv-dlja-zabezpechennja-opornih-zakladiv-ohoroni-zdorovja-u-gospitalnih-okrugah-zakuplenih-za-koshti-derzhavnogo-bjudzhetu-ukraini-na-2020-rik> (дата звернення: 17.05.2022).
9. Emerging 2019 novel coronavirus (2019-nCoV) pneumonia / F. Song, N. Shi, F. Shan [et al.]. *Radiology*. 2020. Vol. 1. N 295. P. 210-217.
10. Proposal for international standardization of the use of lung ultrasound for COVID-19 patients; a simple, quantitative, reproducible method / G. Soldati, A. Smargiassi, R. Inchingolo [et al.]. *Journal of Ultrasound in Medicine*. 2020. Vol. 39. N 7. P. 1413-1419.
11. Деякі питання закупівлі товарів, робіт і послуг, необхідних для здійснення заходів, спрямованих на запобігання виникненню та поширенню, локалізацію та ліквідацію спалахів, епідемій та пандемій гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, на території України: Постанова Кабінету Міністрів України від 20 березня 2020 року № 225. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/225-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 17.05.2022).
12. Організація надання медичної допомоги хворим на коронавірусну хворобу (COVID-19): Наказ МОЗ України від 28 березня 2020 року № 722. URL: <https://moz.gov.ua/article/ministry-mandates/nakaz-moz-ukraini-vid-28032020--722-organizacija-nadannja-medichnoi-dopomogi-hvorim-na-koronavirusnu-hvorbu-covid-19> (дата звернення: 18.05.2022).
13. Про виділення коштів для забезпечення опорних закладів охорони здоров'я у госпітальних округах медичним обладнанням, а саме цифровими рентгенами та апаратами ультразвукової діагностики: Постанова Кабінету Міністрів України від 16 грудня 2020 року № 1251. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1251-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 17.05.2022).
14. Борзов С. Своєчасне підключення до апарату штучної вентиляції легень (ШВЛ) - часто питання життя і смерті. URL: <http://www.vin.gov.ua/koronavirus-operatyvna-informatsiia/31672-serhii-borzov-svoiechasne-pidkliuchennia-do-aparatu-shtuchnoi-ventyliatsii-lehen-shvl-chasto-pytannia-zhyttia-i-smerti-3> (дата звернення: 07.02.2022).
15. Андрощук Г. Інновації проти COVID-19: апарати штучної вентиляції легень. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/medichne-pravo-farmaceutika/innovaciyi-proti-covid19-aparati-shtuchoyi-ventilyaciyi-legen-.html> (дата звернення: 07.02.2022).

References

1. Vilensky, A. "That it is necessary to know about medicine today: new districts, COVID, financing." Decentralization, decentralization.gov.ua/news/13040. Accessed 27 April 2022.
2. "Large building: program of President of Ukraine." KMU, bigbud.kmu.gov.ua. Accessed 21 February 2022.
3. About claim of the Exemplary table of the material and technical rigging of separations of urgent (urgent) medicare. An order of Ministry of Health Care of Ukraine from 19.05.2021 № 1167 ". Ministry of Health Care of Ukraine, moz.gov.ua/article/ministry - mandates/nakaz - moz - ukraini - vid - 19052021--1167 - pro - zatverdzhennja - primirnogo - tabelja - materialno - tehnicnogo - osnaschennja - viddilen - ekstretoi - nevidkladnoi - medichnoi - dopomogi. Accessed 18 May 2022.

4. Zhu, T., Wang, Y., Zhou, S. [et al.] “A Comparative Study of of Chest Computed Tomography Features in of Young of and of Older Adults With Corona Virus Disease (COVID – 19).” *Journal of of of Thoracic Imaging*, www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7253040. Accessed 11 May 2022.
5. “That such KT, and in what her difference from MRT, x-ray photography and other types of diagnostics?” Premium, premium.zp.ua/ua/chto - takoe - kt - i - v - chem - ee - otlichie - ot - mrt - rentgena - i - drugih - vidov – diagnostiki. Accessed 11 May 2022.
6. About the selection of money for the purchase of equipment for the induction centres of supporting establishments of health protection in hospital districts. Resolution of Cabinet of Ministers of Ukraine from July, 08, 2020 № 613. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/613 -2020-п#of Text. Accessed 17 May 2022.
7. About Distribution of computer tomographs, for providing of supporting establishments of health protection in the hospital districts bought in for money of the State budget of Ukraine on 2020. An order of Ministry of Health Care of Ukraine from 20.11.2020 № 2702. Ministry of Health Care of Ukraine, moz.gov.ua/article/ministry-mandates/nakaz-moz-ukraini-vid-20112020--2702-pro-rozpodil-kompjutersnih-tomografiv-dlja-zabezpechennja-opornih-zakladiv-ohoroni-zdorovja-u-gospitalnih-okrugah-zakuplenih-za-koshti-derzhavnogo-bjudzhetu-ukraini-na-2020-rik. Accessed 17 May 2022.
8. About Distribution of computer tomographs, for providing of supporting establishments of health protection in the hospital districts bought in for money of the State budget of Ukraine on 2020. An order of Ministry of Health Care of Ukraine from 21.12.2020 № 2955. Ministry of Health Care of Ukraine, moz.gov.ua/article/ministry-mandates/nakaz-moz-ukraini-vid-21122020--2955-pro-rozpodil-kompjutersnih-tomografiv-dlja-zabezpechennja-opornih-zakladiv-ohoroni-zdorovja-u-gospitalnih-okrugah-zakuplenih-za-koshti-derzhavnogo-bjudzhetu-ukraini-na-2020-rik. Accessed 17 May 2022.
9. Song, F., Shi, N., Shan, F. [et al.]. “Emerging 2019 novel coronavirus (2019-nCoV) pneumonia.” *Radiology*, vol. 1, no. 295, 2020, pp. 210-217.
10. Soldati, G., Smargiassi, A., Inchingolo, R. [et al.]. “Proposal for international standardization of the use of lung ultrasound for COVID-19 patients; a simple, quantitative, reproducible method”. *Journal of Ultrasound in Medicine*, vol. 39, no. 7, 2020, pp. 1413-1419.
11. Some questions of purchase of commodities, works and services, necessary for realization measures, sent to prevention of origin and distribution, localization and liquidation of flashes, epidemics and pandemics of sharp respiratory illness of COVID, - 19, caused by a coronaviruses SARS - CoV - 2, on territory of Ukraine. Resolution of Cabinet of Ministers of Ukraine from March, 20, 2020 № 225. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/225 -2020-п#of Text. Accessed 17 May 2022.
12. Organizations of grant of medicare to the patients with коронавірусну illness (COVID - 19). An order of Ministry of Health Care of Ukraine from 28.03.2020 № 722. Ministry of Health Care of Ukraine, moz.gov.ua / article / ministry - mandates / nakaz - moz - ukraini - vid - 28032020--722 - organizacija - nadannja - medichnoi - dopomogi - hvorim - na - koronavirusnu - hvorobu - covid – 19. Accessed 18 May 2022.
13. About the selection of money for providing of supporting establishments of health protection in hospital districts by a medical equipment, namely by digital x-ray photographs and vehicles of ultrasonic diagnostics. Resolution of Cabinet of Ministers of Ukraine from December, 16, 2020 № 1251. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/1251-2020-п#of Text. Accessed 17 May 2022.
14. Borzov, S. “The Timely connecting to the biomotor (TCB) - often question of life and death” Vinnytska oblasna viiskova administratsiia, www.vin.gov.ua/koronavirus - operativna - informatsiia/31672 - serhii - borzov - svoiechasne - pidkliuchennia - do - aparatu - shtuchoi - ventyliatsii - lehen - shvl - chasto - pytannia - zhyttia - i - smerti – 3. Accessed 7 February 2022.
15. Androshchuk, G. “Innovations against COVID - 19: biomotors.” Yur – gazeta, yur - gazeta.com/publications/practice/medichne - pravo - farmacevtika/innovaciyi - proti - covid19 - aparati - shtuchoi - ventyliaciyi is a legen-.html. Accessed 7 February 2022.

УДК 336.144

doi: 10.15330/apred.2.18.288-297

Цюпа О.П., ¹ Кондур О.С., ² Василюк М.М. ³

ГЕНДЕРНИЙ ПІДХІД У БЮДЖЕТНОМУ ПРОЦЕСІ

¹Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Міністерство освіти і науки, кафедра фінансів, вул.Шевченка, 57, м.Івано-Франківськ, 76018, Україна
тел.:+380662625148
e-mail: oksana.tsiupa@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0002-6751-8838

²Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Міністерство освіти і науки України, Педагогічний факультет, вул. Шевченка,57, м. Івано-Франківськ, 76018,Україна,
тел.: +380509104948,
e-mail:oksana.kondur@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-9342-1127

³Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Міністерство освіти і науки України, кафедра обліку та оподаткування, вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ, 76018, Україна,
тел.: (097)282-35-44,
e-mail: koa@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-7372-4382

Анотація. Стаття спрямована на дослідження сутності та переваг застосування гендерного підходу в бюджетному процесі. Адже, сьогодні Україна перебуває на шляху реформ і перетворень, прогрес від яких дуже відчутний. Одним із важливих напрямів є реформування системи управління державними фінансами. Реформування системи державних фінансів на основі застосування інноваційних інструментів є важливою складовою – фундаментом стійкого розвитку України. Гендерний підхід і є тим новітнім інструментом, який враховує широке коло питань, вирішення яких створює рівні можливості для всіх членів суспільства і забезпечує справедливий розподіл коштів платників податків між жінками і чоловіками та/або їх групами. Застосування цього інструменту передбачає включення гендерних аспектів до програм, що фінансуються з бюджету, що дозволить зробити видимим те, як по-різному заходи бюджетних програм впливають на людей залежно від їх статі, віку, місця проживання, а також дозволить виміряти вплив цих заходів на скорочення гендерних розривів. В процесі дослідження визначено переваги застосування гендерного підходу бюджетного процесу, зокрема: це підвищення якості публічних послуг для населення, оскільки визначаються чіткі орієнтири на конкретного споживача; підвищення темпів економічного зростання та скорочення бідності, а також ефективне використання бюджетних коштів. В статті запропоновано і напрямки забезпечення сталості застосування цього інструменту в Україні: продовження роботи щодо інституціоналізації гендерного бюджетування, поширення процесу застосування цього

інструменту на усіх головних розпорядників коштів державного та місцевих бюджетів та підвищити доступність та якість даних із розбивкою за статтю. Таким чином, Уряду потрібно і надалі продовжувати процес інтеграції гендерного підходу в бюджетний процес, що дасть можливість державі на належному рівні виконувати соціальну функцію та забезпечити сталий розвиток Україні, а також прискорити інтеграційні процеси та сприяти імплементації кращого світового досвіду у досягненні гендерної рівності в національну практику.

Ключові слова: гендерний підхід, бюджетний процес, гендерний бюджет, гендерне бюджетування, гендерно орієнтований підхід в бюджетному процесі, сталість гендерного бюджетування.

Tsiupa O.P.¹, Kondur O.S.², Vasyliuk M.M.³

GENDER APPROACH IN THE BUDGET PROCESS

¹Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Finance,
Shevchenko str., 57, Ivano-Frankivsk,
76018, Ukraine,
tel.: +380662625148
e-mail: oksana.tsiupa @pnu.edu.ua
ORCID ID: 0000-0002-6751-8838

²Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Pedagogical faculty,
Shevchenko str., 57, Ivano-Frankivsk,
76018, Ukraine,
tel.: +380509104948,
e-mail: oksana.kondur@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-9342-1127

³Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Accounting and Taxation,
Shevchenko str., 57, Ivano-Frankivsk,
76018, Ukraine,
tel.: (097) 282-35-44,
e-mail: koa@pnu.edu.ua,
ORCID ID: 0000-0001-7372-4382

Abstract. The article is aimed at studying the nature and benefits of gender approach in the budget process. After all, today Ukraine is on the path of reforms and transformations, the progress of which is very tangible. One of the important directions is to reform the public financial management system. Reforming the public finance system based on the use of innovative tools is an important component - the foundation of sustainable development of Ukraine. The gender approach is the newest tool that takes into account a wide range of issues, the solution of which creates equal opportunities for all members of society and ensures a fair distribution of taxpayers' funds between women and men and / or their groups. The application of this tool involves the inclusion of gender aspects in budget-funded programs, which will make it possible to see how different measures of budget programs affect people depending on their gender, age, place of residence, and will measure the impact of these measures on reducing gender gaps. The research identified the advantages of applying a gender approach to the budget process, in particular: improving the quality of public services for the population, as it defines

clear guidelines for a particular consumer; increasing economic growth and poverty reduction, as well as efficient use of budget funds. The article also proposes ways to ensure the sustainability of this tool in Ukraine: continue work on institutionalizing gender budgeting, spreading the process of applying this tool to all major managers of state and local budgets and increase the availability and quality of data broken down by article. Thus, the Government needs to continue the process of gender mainstreaming in the budget process, which will enable the state to properly perform social functions and ensure sustainable development of Ukraine, as well as accelerate integration processes and promote the implementation of best practices in achieving gender equality in national practice

Key words: gender approach, budget process, gender budget, gender budgeting, gender-oriented approach in the budget process, sustainability of gender budgeting.

Вступ. Упродовж останніх років бюджет набуває все більшого значення як за обсягом фінансових ресурсів, так і за ступенем впливу на соціально-економічні процеси, які відбуваються в країні. Основною метою бюджетної політики є фінансова забезпеченість та оптимізація процесу використання бюджетних коштів, спрямованих на економічне зростання та підвищення життєвого рівня населення. Для досягнення вищезазначених цілей, перед органами влади постає важливе завдання, а саме: пошук шляхів підвищення ефективності здійснення видатків бюджетів. Одним із таких шляхів є гендерний підхід. Застосування гендерного підходу в бюджетному процесі дозволяє підвищити економічну ефективність та результативність, а також забезпечити справедливість розподілу видатків бюджету з урахуванням потреб жінок та чоловіків та/або їх груп. Гендерний підхід також посилює прозорість та підконтрольність бюджетного процесу в цілому та кожної з його стадій зокрема. Україна в останньому десятиріччі вже проклала шлях до ефективного впровадження гендерного підходу в бюджетному процесі. Однак, вітчизняні науковці поки що приділяють мало уваги впливу гендерного підходу на підвищення ефективності розподілу коштів платників податків. Практичним аспектам застосування гендерного підходу в бюджетному процесі присвятили свої праці такі провідні науковці як: М. Колодій, Т. Іванина, О. Кисельова, С. Гаращенко, О. Романюк, Т. Коляда, та ін.

Постановка завдання. Проаналізувати переваги та сучасний стан застосування гендерного підходу в бюджетному процесі України. За результатами аналізу надати рекомендації щодо забезпечення сталості застосування цього інструменту в країні.

Результати. Сьогодні розвинуті країни все більше уваги приділяють соціальним аспектам функцій держави, зокрема забезпеченню належного життєвого рівня населення, задоволеності людей якістю життя (духовно-творчий розвиток, освіта, задоволення потреб у культурних послугах, забезпечення прав і можливостей жінок і чоловіків) тощо. В таких умовах зростає роль соціальної функції держави, метою якої і є створення відповідних умов для підвищення рівня та якості життя своїх громадян та громадянок. Бюджет є одним з основних інструментів, за допомогою якого органи державної влади та місцевого самоврядування забезпечують реалізацію функцій держави і вирішення питань соціально-економічного розвитку громад і територій. З метою кращого виконання бюджетом поставлених завдань, спрямованих на виконання державою соціальної функції, у багатьох країнах здійснено спроби наближення принципів його формування і функціонування до мети досягнення гендерної рівності, яку міжнародна спільнота визнає цінністю, яку слід досягнути задля справедливості та суспільного розвитку [1].

Однією з необхідних умов забезпечення соціальної справедливості, рівноправного та стабільного людського розвитку є застосування гендерного підходу.

Згідно з визначенням Організації Об'єднаних Націй [16] цілеспрямоване застосування гендерного підходу – це «...процес оцінювання того, які наслідки матиме для жінок та чоловіків здійснення будь-якого планованого заходу, включаючи

впровадження законодавства, стратегічної політики та програм в усіх сферах і на всіх рівнях. Цілеспрямоване впровадження гендерного підходу означає обов'язкове врахування інтересів та досвіду як жінок, так і чоловіків під час розробки, впровадження, моніторингу та оцінювання стратегічних заходів і програм у всіх політичних, економічних та соціальних сферах, щоб забезпечити одержання чоловіками та жінками однакової вигоди від реалізації цих заходів і програм та ліквідувати будь-яку нерівність».

Кінцевою метою застосування гендерного підходу є досягнення гендерної рівності, тобто «рівного правового статусу жінок і чоловіків та рівних можливостей для його реалізації, що дозволяє особам обох статей брати рівну участь у всіх сферах життєдіяльності суспільства» [4]. Отже, застосування гендерного підходу сприяє забезпеченню не тільки рівних прав, але і рівних можливостей жінок і чоловіків в усіх сферах політичного, соціально-економічного та культурного розвитку держави та/чи громади. При цьому політика гендерної рівності не розглядається як «окреме питання», а є «наскрізним питанням» при розробленні і впровадженні стратегій, політик, бюджетів, програм та заходів в усіх сферах. Застосування гендерного підходу означає, що жінки і чоловіки стають «видимими» учасницями та учасниками в процесі соціально-економічного розвитку громади та країни в цілому.

Сьогодні Україна виборола та обрала шлях вступу в Європейський Союз, який є найуспішнішим інтеграційним об'єднанням у світі, до складу якого входять 27 країн, і на сучасному етапі реформування економіки України розвиток бюджетної системи забезпечення відповідного рівня життя усіх верств населення потребує впровадження у процес планування та виконання бюджету гендерного підходу.

Застосування гендерного підходу у бюджетній політиці та бюджетному процесі на державному й місцевому рівнях, що включає розподіл бюджетних коштів за гендерним принципом, а також призводить до посилення прозорості та підконтрольності, називається гендерним бюджетуванням, тобто це - інструмент, який поєднує гендерну та бюджетну політики.

Поняття «гендерно орієнтований бюджет», «гендерно орієнтоване бюджетування» і «гендерний підхід у бюджеті» вперше були запропоновані у Платформі дій, ухваленій на Пекінській конференції Організації Об'єднаних Націй у 1995 році. У ній наголошується, що уряди повинні докласти всіх зусиль для систематичного вивчення того, яким чином державний сектор витрат приносить користь жінкам, і коректувати бюджети для забезпечення рівного доступу до них (п. 346). «Це вимагатиме врахування гендерної проблематики в бюджетних рішеннях щодо політики та програм, а також адекватного фінансування спеціальних програм для забезпечення рівності між жінками і чоловіками» (п. 345) [13].

Міжнародний валютний фонд (МВФ) також приділяє значну увагу гендерним бюджетним ініціативам і визначає гендерне бюджетування як «підхід до складання бюджету, який використовує фіскальну політику й управління для сприяння гендерній рівності, розвитку дівчат і жінок. Фіскальні органи на будь-якому рівні влади повинні оцінювати потреби чоловіків і жінок; визначити ключові результати чи цілі; планувати та розподіляти державні кошти; контролювати та оцінювати досягнення» [14]. Тобто, МВФ розглядає гендерне бюджетування не як спеціальний підхід до складання бюджету або навіть доповнення до бюджету, а як інструмент досягнення рівності між чоловіками й жінками через механізм фіскальної політики та публічного адміністрування.

Результатом застосування гендерного підходу в бюджетному процесі є «гендерний бюджет» або «гендерно-чутливий бюджет», «гендерно-відповідальний бюджет», «гендерно-орієнтований бюджет». Ці всі слова одного синонімічного ряду,

що означають бюджет, який формується коштом жінок та чоловіків, та забезпечує гендерно справедливий розподіл бюджетних коштів і сприяє рівним можливостям для жінок і чоловіків. Загалом, гендерне бюджетування є важливим не тільки для гендерної справедливості, але і для фінансової справедливості.

Отже, гендерно орієнтований підхід у бюджетному процесі (гендерне бюджетування) – це врахування гендерних аспектів на усіх стадіях бюджетного процесу та висвітлення у відповідних бюджетних документах цілеспрямованості на забезпечення рівних прав і можливостей жінок і чоловіків (гендерної рівності) [7].

Дуже часто можна зустріти хибні уявлення про гендерне бюджетування та гендерний бюджет, яке має наше суспільство:

- гендерне бюджетування це не окремий підхід до бюджетування. Як зазначено вище, застосування гендерного підходу - це не окреме питання, а наскрізне забезпечення рівних прав і можливостей жінок і чоловіків у всіх сферах життєдіяльності суспільства;

- гендерне бюджетування – це не процес, що фокусується виключно на видатках. Окрім дослідження впливу розподілу видатків бюджету на гендерну рівність, світова практика включає дослідження впливу бюджетно-податкової політики на жінок та чоловіків (Австрія, Південно Африканська Республіка, Великобританія) [12]. Ця практика є менш поширеною, хоча наразі набирає популярності.

- гендерний бюджет – це не складання окремого бюджету для жінок чи окремого бюджету для чоловіків;

- гендерне бюджетування – це не рівний розподіл видатків на жінок та чоловіків за принципом 50/50. Адже, при наявності серед отримувачів послуг 75 % чоловіків та 25 % жінок, розподіл 50/50 не буде справедливим, тому, що на 25 % жінок буде спрямовано більше благ, ніж на 75 % чоловіків.

- гендерне бюджетування – це не фінансування бюджетних чи цільових програм, які виключно спрямовані на дівчат і жінок;

- гендерний бюджет - це не врахування інтересів та потреб груп лише за ознакою статі. Адже, чоловіки, жінки які мешкають в селі, мають інші потреби та інтереси, ніж жінки і чоловіки, які мешкають в місті. Аналогічно дівчата 15 років чи хлопці 18 років, мають потреби та інтереси зовсім інші, ніж відповідно жінки у 45 років чи чоловіки у 73 роки.

На практиці застосування гендерного підходу у бюджетному процесі означає використання різних методів та механізмів, за допомогою яких враховуються потреби, інтереси, можливості та досвід жінок та чоловіків (та/або їх груп) на всіх стадіях бюджетного процесу.

Розглянемо, як можливо застосовувати гендерний підхід на кожній із 5-ти стадій бюджетного процесу в Україні.

Так, при складанні Бюджетної декларації (прогнозу місцевого бюджету) потрібно включити інформацію про гендерні цілі (вплив на конкретні групи жінок та чоловіків) та результати їх досягнення. Під час складання проектів бюджетів (2-га стадія), головні розпорядники бюджетних коштів складають бюджетні запити, які забезпечують оптимальний розподіл ресурсів, відповідно до пріоритетів та очікуваних результатів, що зазначено у характеристиках відповідної бюджетної програми, з урахуванням інтересів і можливостей жінок та чоловіків та/або їх груп. Представлення проекту Закону про Державний бюджет України (проекту рішення про місцевий бюджет) проводиться за процедурою повного обговорення, із залученням всіх зацікавлених сторін (3-я стадія). Важливо на цій стадії забезпечити рівний доступ жінок та чоловіків, які представляють інтереси різних груп отримувачів/користувачів публічних послуг, до обговорення та внесення своїх пропозицій. На стадії виконання бюджету (4-та стадія) -

розпорядники бюджетних коштів складають паспорти бюджетних програм та враховують гендерні аспекти у характеристиках бюджетних програм – меті та завданнях, напрямках використання бюджетних коштів та результативних показниках виконання бюджетної програми. Це дасть можливість чітко показати ефективність та результативність використання бюджетних коштів для конкретних груп жінок та чоловіків, співвіднести досягнуті гендерні результати та видатки; оцінити відповідність бюджетної програми її меті та порівняти результати виконання бюджетних програм у динаміці за роками. Під час звітування про виконання бюджетних програм (5-та стадія) включати інформацію про досягнення гендерних цілей, в тому числі усунення гендерних розривів та відмінностей, а також про результативність заходів із забезпечення гендерної рівності у відповідних програмах.

Застосування гендерно орієнтованого підходу в бюджетному процесі на всіх його стадіях має свої переваги:

1) насамперед, це підвищення ефективності бюджетних програм та досягнення максимальної їх результативності завдяки спрямуванню бюджетних коштів на задоволення потреб жінок, чоловіків та/або їх груп;

2) оптимізації обсягу і структури бюджетних видатків;

3) покращення якості надання публічних послуг завдяки зменшенню наявної гендерної нерівності в доступі до благ, які надаються за рахунок коштів бюджету;

4) раціональне та прозоре використанню коштів платників податків.

Гендерний підхід в бюджетному процесі (гендерне бюджетування) дозволяє проаналізувати та переструктурувати доходи та видатки бюджету таким чином, щоб потреби громади, як жінок, так і чоловіків з різних соціальних та вікових груп, були відповідно представлені у статтях видатків державного чи місцевих бюджету.

Застосування гендерного підходу в бюджетному процесі показує, якого результату і для яких груп жінок та чоловіків вдалося досягти за час виконання бюджету. По суті, гендерний підхід у бюджетному процесі привертає увагу до двох ключових питань: якого результату ми прагнемо досягти і для кого (для яких конкретних груп жінок та чоловіків – отримувачів/користувачів послуг)?

У межах гендерного бюджетування важливе не тільки цільове використання коштів бюджету, а й вплив, який бюджетна ініціатива чи політика має на жінок і чоловіків – отримувачів/користувачів публічних послуг.

Україна є одним із міжнародних лідерів у сфері впровадження гендерного підходу в бюджетному процесі. Цьому сприяла успішна робота, яка тривала протягом останніх років в Україні. Вона дала змогу отримати вітчизняний досвід гендерного бюджетного аналізу та інтеграції гендерних підходів до бюджетів і програм. Досягненню такого результату сприяла робота багатьох організацій. Визначальним, з точки зору впровадження гендерного підходу, є 2014 рік, коли, після ряду успішних гендерних бюджетних ініціатив, що були впроваджені за підтримки міжнародних програм і проектів, Міністерство фінансів України прийняло рішення щодо запровадження гендерного підходу в Україні, і робота із застосування цього підходу на державному та місцевому рівні набула системного характеру. Безпосередня участь Міністерства фінансів України дозволила інтегрувати гендерний підхід у реформу системи управління державними фінансами.

Так, уже у 2016 році Міністерство фінансів України презентувало модель середньострокового бюджетного планування з елементами гендерно орієнтованого підходу, у якій змінює фокус бюджетного планування: від утримання бюджетних установ до надання якісних послуг. І у цьому процесі гендерно орієнтованого бюджетування (ГОБ) розглядається як підхід, який дозволяє підвищити якість державних послуг з урахуванням потреб різних груп жінок і чоловіків, оптимізувати

обсяг і структуру бюджетних витрат, раціонально використовувати кошти платників податків. Також, одним із пріоритетних завдань Стратегій реформування системи управління державними фінансами на 2017-2020 роки та на 2022-2025 роки є застосування гендерного підходу в рамках програмно-цільового методу та фіскальної децентралізації [10, 11].

У 2019 році наказом №1 від 2 січня 2019 року Міністерство фінансів України затвердило «Методичні рекомендації щодо впровадження та застосування гендерно орієнтованого підходу в бюджетному процесі». Ці рекомендації адресовані головним розпорядникам бюджетних коштів та іншим учасникам бюджетного процесу для врахування гендерних аспектів у процесі планування, виконання та звітування про виконання бюджетних програм. Наказом визначено порядок застосування гендерно орієнтованого підходу, який включає 4 етапи:

- 1) здійснення огляду нормативно-правових актів та інших документів, які містять інформацію про гендерну рівність;
- 2) проведення гендерного аналізу бюджетних програм;
- 3) прийняття рішень за результатами гендерного аналізу бюджетних програм;
- 4) моніторинг гендерно чутливих бюджетних програм.

Застосування гендерного підходу в бюджетному процесі регламентується низкою інших нормативно-правових актів Мінфіну та інших центральних органів виконавчої влади [2, 3, 5, 6, 8, 9].

У 2019 році в рамках Партнерської програми ЄС та Світового банку «Програма підтримки України в управлінні публічними фінансами» в Україні було проведено оцінку гендерно орієнтованого управління державними фінансами. Та Секретаріатом глобальної програми Державних видатків та фінансової підзвітності (ДВФП) Світового банку оприлюднено звіт «Оцінювання гендерно орієнтованого управління державними фінансами за програмою ДВФП уряду України за 2020 рік» [15]. Україна стала однією з дев'яти країн, які першими застосували новостворену методологію оцінки гендерно орієнтованого управління державними фінансами, розроблену секретаріатом ДВФП. Метою додаткового до ДВФП оцінювання гендерно орієнтованого бюджетування (ГОБ) є збирання інформації щодо того, якою мірою гендерний підхід посідає належне місце у системі управління державними фінансами України та встановлення підходів до застосування ГОБ в ході всього бюджетного процесу.

Можна стверджувати, що гендерно орієнтований підхід в бюджетному процесі нашої країни впроваджено. Зараз перед Україною стоїть завдання забезпечити сталість його застосування усіма учасниками бюджетного процесу як на державному, так і на місцевому рівнях, адже застосування гендерного бюджетування впливає на підвищення темпів економічного розвитку і скорочення бідності, а ефективність управління державними фінансами вимірюється не тільки обсягом бюджетних коштів, але і тим, як вони вплинули на соціально економічні, культурні, екологічні та інші аспекти умов життя людини – жінки чи чоловіка.

З метою безперервного застосування гендерного бюджетування у довгостроковій перспективі та виконання міжнародних зобов'язань, а також, виходячи із поточного стану застосування гендерно орієнтованого підходу в бюджетному процесі Уряду необхідно:

- продовжити роботу щодо інституціоналізації гендерного бюджетування, зокрема внести зміни до нормативно-правових актів, які регулюють бюджетні відносини, в частині норми щодо обов'язкового застосування цього інструменту усіма учасниками бюджету процесу (Бюджетний кодекс України, накази Міністерства фінансів України та ін);

- забезпечити подальше лідерство Міністерства фінансів України та його відповідальність перед Урядом щодо застосування гендерного підходу в бюджетному процесі, враховуючи мандат цього органу виконавчої влади;

- поширити процес застосування цього інструменту на усіх головних розпорядників коштів державного та місцевих бюджетів;

- підвищити доступність та якість даних із розбивкою за статтю, необхідних для проведення гендерного аналізу бюджетних програм через внесення змін до форм адміністративної та статичної звітності.

Ці та інші заходи Уряду дадуть можливість забезпечити не тільки розуміння і рекомендаційний характер застосування гендерно орієнтованого підходу як інструменту, але і забезпечать обов'язковість, системність та стабільність застосування його на практиці, що вплине на підвищити ефективність розподілу та використання бюджетних коштів, та забезпечення потреб та інтересів жінок і чоловіків (та/або їх груп).

Висновки. Гендерний (гендерно орієнтований) підхід в бюджетному процесі – це інноваційний інструмент, який дозволяє поєднати дві політики – це політику щодо забезпечення рівних прав і можливостей жінок і чоловіків з бюджетною політикою. Гендерно орієнтований підхід в бюджетному процесі сприяє підвищенню економічної ефективності і результативності видатків бюджету, що враховують потреби обох статей. Уряду потрібно продовжувати процес інтеграції гендерного підходу в бюджетний процес, що дасть можливість державі на належному рівні виконувати соціальну функцію та забезпечити сталий розвиток Україні, а також прискорити інтеграційні процеси та сприяти імплементації кращого світового досвіду у досягненні гендерної рівності в національну практику.

1. Колодій М., Кисельова О., Рябушенко Н., Цюпа О. Застосування гендерно орієнтованого підходу в бюджетному процесі : навч. посіб. Київ: Віваріо, 2020. 132 с.
2. Деякі питання забезпечення рівних прав і можливостей жінок і чоловіків: Постанова Кабінету Міністрів України від 9.10.2020 №930. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/930-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 10.05.2022)
3. Порядок здійснення оцінки ефективності бюджетних програм головними розпорядниками коштів державного бюджету: Наказ Міністерства фінансів України від 19 травня 2020 року № 223. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0646-20#Text> (дата звернення: 10.05.2022)
4. Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків: Закон України від 8 вересня 2005 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15> (дата звернення: 10.05.2022)
5. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 5 серпня 2020 р. № 695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 10.05.2022)
6. Про затвердження Методики розроблення, проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації регіональних стратегій розвитку та планів заходів з їх реалізації: Наказ Міністерства регіонального розвитку України від 31.03.2016 № 79. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0632-16#Text> (дата звернення: 10.05.2022)
7. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо впровадження та застосування гендерно орієнтованого підходу в бюджетному процесі: Наказ Міністерства фінансів України № 1 від 02.01.2019 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0001201-19/print> (дата звернення: 10.05.2022)
8. Наказ Міністерства фінансів України «Про огляди витрат державного бюджету» від 23 жовтня 2019 року. № 446 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1277-19#Text> (дата звернення: 10.05.2022)
9. Про результативні показники бюджетної програми, наказ №1536 Міністерства фінансів України, від 10 грудня 2010 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1353-10#n15> (дата звернення: 10.05.2022)
10. Про схвалення Стратегії реформування системи управління державними фінансами на 2017-2020 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 8 лютого 2017 р. № 142-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/142-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 10.05.2022)

11. Про схвалення Стратегії реформування системи управління державними фінансами на 2022-2025 роки та плану заходів з її реалізації: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2021 р. № 1805-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-2021-%D1%80#Text> (дата звернення: 10.05.2022)
12. Цюпа О., Попова Д.. Застосування гендерного бюджетування в бюджетно – податковій політиці.// Молодіжний податковий конгрес [Електронне видання] : збірник тез (м. Ірпінь, 20 травня 2020 р.). – Ірпінь : Університет ДФС України, 2020. – 1354 с. – (Серія «Податкова та митна справа в Україні»; т. 148). – PDF-формат, інституційний репозитарій. С.671-675. URL: http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5355/1/4848_IR.pdf (дата звернення: 10.05.2022)
13. Beijing Declaration and Platform for Action // United Nations. – 1995. URL: <https://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/> (дата звернення: 10.05.2022)
14. Gender Budgeting and Gender Equality Indices // International Monetary Fund. – Режим доступу до ресурсу <https://www.imf.org/external/datamapper/datasets/GD> (дата звернення: 10.05.2022)
15. PEFA Assessment of Gender Responsive Public Financial Management, 2021. URL: <https://www.pefa.org/node/4411> (дата звернення: 10.05.2022).
16. Report of the Economic and Social Council for 1997 [Електронний ресурс] // United Nations. 1997. P.27. URL: www.un.org/documents/ga/docs/52/plenary/a52-3.htm (дата звернення: 10.05.2022).

References

1. Kolodii, M., Kyselova, O., Riabushenko, N., and O. Tsiupa. *Application of gender-oriented approach in the budget process: textbook*. Kyiv, Vivario, 2020.
2. Some issues of ensuring equal rights and opportunities for women and men: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of 9.10.2020 №930. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/930-2020-%D0%BF#Text. Accessed 10 May 2022.
3. Procedure for evaluating the effectiveness of budget programs by the main managers of state budget funds: Order of the Ministry of Finance of Ukraine of May 19, 2020 № 223. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0646-20#Text. Accessed 10 May 2022.
4. On Ensuring Equal Rights and Opportunities for Women and Men: Law of Ukraine of September 8, 2005. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15. Accessed 10 May 2022.
5. On approval of the State Strategy for Regional Development for 2021-2027: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of August 5, 2020 № 695. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text. Accessed 10 May 2022.
6. On approval of the Methodology for developing, monitoring and evaluating the effectiveness of regional development strategies and action plans for their implementation: Order of the Ministry of Regional Development of Ukraine dated 31.03.2016 № 79. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0632-16#Text. Accessed 10 May 2022.
7. On approval of Methodological recommendations for the implementation and application of a gender-oriented approach in the budget process: Order of the Ministry of Finance of Ukraine № 1 of 02.01.2019 The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0001201-19/print. Accessed 10 May 2022.
8. Order of the Ministry of Finance of Ukraine "On reviews of state budget expenditures" of October 23, 2019. № 446 The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1277-19#Text. Accessed 10 May 2022.
9. On the performance indicators of the budget program, Order №1536 of the Ministry of Finance of Ukraine, dated December 10, 2010. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1353-10#n15. Accessed 10 May 2022.
10. On approval of the Strategy for reforming the public financial management system for 2017-2020: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine of February 8, 2017 № 142-r. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/142-2017-%D1%80#Text. Accessed 10 May 2022.
11. On approval of the Strategy for reforming the public financial management system for 2022-2025 and the action plan for its implementation: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine of December 29, 2021 № 1805-r. The Verkhovna Rada of Ukraine, zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-2021-%D1%80#Text. Accessed 10 May 2022.
12. Tsiupa, O., and D. Popova. "Application of gender budgeting in budget and tax policy." *Youth Tax Congress: collection of abstracts (Irpın, May 20, 2020)*. Irpın, University of the SFS of Ukraine, 2020, pp.671-675. Accessed 10 May 2022.
13. "Beijing Declaration and Platform for Action." United Nations, 1995, www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/. Accessed 10 May 2022.
14. "Gender Budgeting and Gender Equality Indices." International Monetary Fund, www.imf.org/external/datamapper/datasets/GD. Accessed 10 May 2022.

Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. Вип 18. Т.2

15. PEFA Assessment of Gender Responsive Public Financial Management, 2021, www.pefa.org/node/4411 (Accessed 10 May 2022).
16. "Report of the Economic and Social Council for 1997." United Nations, 1997, pp.27, www.un.org/documents/ga/docs/52/plenary/a52-3.htm. Accessed 10 May 2022.

Дані про авторів

Абасва Анастасія Юріївна – студентка II курсу магістратури, спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Баланюк Іван Федорович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку і оподаткування асистент кафедри обліку і оподаткування Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

Балик Уляна Олегівна - кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу і логістики, Національний університет "Львівська політехніка".

Барвінок Наталія Володимирівна – викладач кафедри технології та організації туризму і готельно-ресторанної справи, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Бержанір Інна Анатоліївна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Білошкурська Наталія Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини.

Благополучна Анастасія Геннадіївна – викладач-стажист кафедри технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Бондарчук Наталія Володимирівна – д.держ.упр., професор, завідувач кафедри менеджменту, публічного управління та адміністрування Дніпровського державного аграрно-економічного університету.

Боришкевич Ірина Ігорівна – кандидат економічних наук, викладач кафедри управління та бізнес-адміністрування, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,

Бочко Олена Юріївна – доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу і логістики, Національний університет «Львівська політехніка».

Василюк Марія Михайлівна – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри обліку і оподаткування, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Васильченко Сергій Миколайович – кандидат економічних наук, доцент кафедри теоретичної і прикладної економіки, Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника.

Вербовська Леся Степанівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і адміністрування Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу.

Вінницька Оксана Анатоліївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки; Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини.

Галюк Ірина Богданівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і адміністрування Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу.

Гнатюк Тарас Михайлович – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і оподаткування, Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника.

Смець Ольга Іванівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри теоретичної і прикладної економіки, Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника.

Жаворонок Артур Віталійович - кандидат економічних наук, доцент, докторант кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний університет «Чернігівська політехніка»

Жук Ольга Іванівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління та бізнес-адміністрування, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Іванюк Тетяна Леонідівна – аспірант кафедри обліку і оподаткування, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Кабан Ольга Василівна – аспірант кафедри менеджменту та адміністрування, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Казюка Наталія Петрівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу, м. Івано-Франківськ.

Карпій Олена Петрівна - кандидат економічних наук, доцент, старший викладач кафедри маркетингу і логістики, Національний університет "Львівська політехніка".

Кирилюк Ірина Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Кондур Оксана Созонтівна – доктор педагогічних наук, кандидат економічних наук, професор, директор Педагогічного інституту, Прикарпатський національний університет ім.В.Стефаника.

Корнієнко Тетяна Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки; Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини.

Котелевець Дмитро Олександрович - кандидат економічних наук, докторант кафедри менеджменту, маркетингу та публічного управління, Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая

Кочкодан Володимир Богданович – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і адміністрування Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу.

Криховецька Зоряна Миколаївна – кандидат економічних наук, викладач кафедри фінансів, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Кушлик Оксана Юрївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і адміністрування Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу.

Левандівський Омелян Тарасович – доктор економічних наук, доцент, зав. кафедри фінансів ДВНЗ “Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника”.

Малишівський Тарас Володимирович – аспірант кафедри управління та бізнес-адміністрування, Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника.

Мартинець Володимир Богданович – аспірант кафедри менеджменту та адміністрування, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Мацьків Володимир Володимирович – кандидат економічних наук, викладач кафедри фінансів, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Мендела Євгенія Миколаївна – асистент, кафедра готельно-ресторанної та курортної справи, Прикарпатський національний університет ім. В.Стефаника, факультету туризму,

Мендела Ірина Ярославівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи факультету туризму, Прикарпатський національний університет ім.В.Стефаника.

Михайлишин Лілія Іванівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, академік Академії економічних наук України.

Муратова Майя Ігорівна – магістр кафедри менеджменту та адміністрування Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу,

Нещадим Людмила Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

П'ятничук Ірина Дмитрівна – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри управління та бізнес-адміністрування, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Петрина Марія Юріївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і адміністрування Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу.

Плець Іван Іванович – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Полянська Алла Степанівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та адміністрування, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Сологуб Святослав Ігорович – аспірант кафедри теоретичної і прикладної економіки, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Станьковська Ірина Мирославівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та адміністрування ІФНТУНГ.

Станьковський Тарас Володимирович – аспірант кафедри менеджменту та адміністрування Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу.

Стефінін Володимир Володимирович - кандидат економічних наук, доцент кафедри теоретичної і прикладної економіки, Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника.

Стецко Ольга Іванівна – магістр 2-го року навчання, спеціальність "Менеджмент" Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу.

Сус Тарас Йосипович – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Томашевська Антоніна Василівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління та бізнес-адміністрування, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Цюпа Оксана Петрівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Чвортко Людмила Андріївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини.

Шекета Євгенія Юріївна – кандидат економічних наук, викладач вищої категорії кафедри фінансів, банківської справи та страхування Івано-Франківського коледжу Львівського національного аграрного університету, м. Івано-Франківськ.

Шиптур Олександра Вікторівна – магістр кафедри менеджменту та адміністрування Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу.

Шкроміда Віталій Васильович – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і оподаткування, Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника.

Шкроміда Надія Ярославівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і оподаткування, Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника.

Щур Роман Іванович – доктор економічних наук, професор кафедри фінансів, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Якушко Інна Валеріївна - кандидат економічних наук, докторант кафедри менеджменту, маркетингу та публічного управління, Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ

Науковий журнал

Випуск 18

Том 2

*Схвалено Вченою радою Прикарпатського національного університету
імені Василя Стефаника
протокол № 6 від 27.06.2022*

Рецензенти:

Мельник В.М. – доктор економічних наук, професор, директор ДООУ
«Навчально-методичний центр з питань якості освіти»;

Дубина М.В. – доктор економічних наук, професор, завідувач
кафедри фінансів, банківської справи і страхування Національного
університету «Чернігівська політехніка».

В авторській редакції

Головний редактор Василь ГОЛОВЧАК
Комп'ютерна правка і верстка Олександр ГОЛІНЕЙ

Підп. до друку 29.06.2022 р. Формат 60x84/8. Папір офсет.
Гарнітура "Times New Roman". Друк - дуплікатор.
Ум. друк. арк. 37,75. Наклад 70 пр. Зам. № 021/06/22

Видавець

Видавництво Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника
76018, м. Івано-Франківськ, вул. С. Бандери, 1
тел.: 71-56-22

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
від 26.05.2022 серія ДК 7616*

Виготовлювач

Підприємець Голіней О. М.
76000, Україна, м. Івано-Франківськ, вул. Галицька, 128,
тел.: (0342) 580 432, +38 066 481 66 01
+38 050 540 30 64
e-mail:gsm1502@ukr.net