

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».

Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC
JOURNAL «INTERNAUKA».

Series: «Economic sciences»

ISSN 2520-2294 (print)
ISSN 2709-5444 (online)



№ 4(72) / 2023

1 ТОМ



**МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
«ІНТЕРНАУКА».**

Серія: «Економічні науки»

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL
«INTERNAUKA».**

Series: «Economic sciences»

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

*Свідоцтво
про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації
КВ № 22443-12343Р*

№ 4(72)

1 том

Київ 2023

ББК 65
УДК 33
М-43



Повний бібліографічний опис всіх статей Міжнародного наукового журналу «Інтернаука». Серія: «Економічні науки» представлено в: **Index Copernicus International (ICI); Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib; Наукова періодика України.**

Журнал зареєстровано в міжнародних каталогах наукових видань та наукометричних базах даних: Index Copernicus International (ICI); Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib; Ulrichsweb Global Serials Directory; Google Scholar; Наукова періодика України; Bielefeld Academic Search Engine (BASE); Electronic Journals Library; Open J-Gate; Academic keys; Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg Carl von Ossietzky.

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

Видання включене до Переліку наукових фахових видань МОН України (категорія «Б»)

Наказ МОН України № 1643 від 28.12.2019

Спеціальності:

051 Економіка

071 Облік і оподаткування

072 Фінанси, банківська справа та страхування

073 Менеджмент

075 Маркетинг

076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

241 Готельно-ресторанна справа

281 Публічне управління та адміністрування

292 Міжнародні економічні відносини

Засновники:

1. Київський кооперативний інститут бізнесу і права.
2. Приватна установа «Науково-дослідний інститут публічного права».
3. Громадська організація «Міжнародна академія освіти і науки».
4. Товариство з обмеженою відповідальністю «Фінансова Рада України».

У журналі опубліковані наукові статті з актуальних проблем економічної науки.

Для наукових працівників, викладачів, студентів економічних спеціальностей, працівників фінансово-кредитних установ та підприємницьких структур й інших зацікавлених осіб.

Матеріали публікуються мовою оригіналу в авторській редакції.

Редакція не завжди поділяє думки і погляди автора. Відповідальність за достовірність фактів, імен, географічних назв, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

У відповідності із Законом України «Про авторське право і суміжні права», при використанні наукових ідей і матеріалів цієї збірки, посилання на авторів та видання є обов'язковими.

© Автори статей, 2023

© Міжнародний науковий журнал «Інтернаука».

Серія: «Економічні науки», 2023

ISSN 2520-2294 = Internauka. Seria: Ekonomicheskie nauki (Kiev)/Mezhdunarodnyj naučnyj žurnal "Internauka".
Seria: Ekonomicheskie nauki

Редакція:

Головний редактор: **Камінська Тетяна Григорівна** — доктор економічних наук, професор, в.о. ректора Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Редакційна колегія:

Бардаш Сергій Володимирович — доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Безверхий Костянтин Вікторович — кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансового аналізу та аудиту Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Белялов Талят Енверович — доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри підприємництва та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну (Київ, Україна)

Гринько Алла Павлівна — доктор економічних наук, професор, декан факультету менеджменту Харківського державного університету харчування та торгівлі (Харків, Україна)

Дмитренко Ірина Миколаївна — доктор економічних наук, доцент, професор Національного центру обліку та аудиту Національної академії статистики, обліку та аудиту (Київ, Україна)

Зось-Кіор Микола Валерійович — доктор економічних наук, професор, в.о. завідувача кафедри менеджменту і логістики Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка (Полтава, Україна)

Ільїн Валерій Юрійович — доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку, контролю та оподаткування агробізнесу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (Київ, Україна)

Клочан В'ячеслав Васильович — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу Миколаївського національного аграрного університету (Миколаїв, Україна)

Красноручький Олексій Олександрович — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка (Харків, Україна)

Курило Людмила Ізидорівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та управління бізнесом Національного університету «Києво-Могилянська академія» (Київ, Україна)

Левицька Світлана Олексіївна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку і аудиту Національного університету водного господарства та природокористування (Рівне, Україна)

Назаренко Інна Миколаївна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічного контролю та аудиту Сумського національного університету (Суми, Україна)

Олійник-Данн Олена Олександрівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Охріменко Ігор Віталійович — доктор економічних наук, професор, проректор з навчальної та наукової роботи Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Паска Ігор Миколайович — доктор економічних наук, професор, декан економічного факультету Білоцерківського національного аграрного університету (Біла Церква, Україна)

Русіна Юлія Олександрівна — кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки Київського національного університету технологій та дизайну (Київ, Україна)

Скриньковський Руслан Миколайович — кандидат економічних наук, професор, професор кафедри економіки підприємств та інформаційних технологій Закладу вищої освіти «Львівський університет бізнесу та права» (Львів, Україна)

Сопко Валерія Василівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку та оподаткування Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Танклевська Наталія Станіславівна — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та фінансів Херсонського державного аграрного університету (Херсон, Україна)

Тарасенко Ірина Олексіївна — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки Київського національного університету технологій та дизайну (Київ, Україна)

Токар Володимир Володимирович — доктор економічних наук, професор, професор кафедри інженерії програмного забезпечення та кібербезпеки Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Фоміна Олена Володимирівна — доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри обліку та оподаткування Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Ходжаян Аліна Олександрівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Horska Elena — Dr.h.c.Prof. Dr. Ing Professor Marketing and Management, Dean of the Faculty of Economics and Management of the Slovak University of Agriculture in Nitra (Slovak Republic)

Imamov Khamdilla — PhD, доцент Ташкентського державного економічного університету (Ташкент, Узбекистан)

ЗМІСТ

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

- Ахмедова Олена Олегівна**
СУЧАСНІ МЕТОДИ РЕКЛАМУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА 11
- Остапенко Яна Олександрівна, Верезомська Ірина Георгіївна,
Остапенко Анастасія Валеріївна**
ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА
ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ 17

ЕКОНОМІКА

- Полозова Тетяна Василівна, Мурзабулатова Олена Вячеславівна,
Пономарьов Станіслав Вадимович, Помогалова Наталія Валеріївна**
УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ
ЕКОНОМІЧНОЇ ЦІННОСТІ 22
- Вінницька Оксана Анатоліївна**
ПОДАТКОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД 31
- Боднар Роман Олегович**
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ СФЕРИ ІНДУСТРІЇ
ГОСТИННОСТІ 38
- Бондарчук Ольга Михайлівна, Астаф'єва Катерина Олександрівна,
Нікульнікова Ганна Володимирівна, Астаф'єв Олександр Юлійович**
HR-БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ 45
- Гавриленко Тетяна Володимирівна, Молодовець Андрій Андрійович**
АНТИКРИЗОВИЙ ПЛАН ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ 52
- Гуй Хуачжи**
ЕКОНОМІЧНА НАУКА В КНР ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРІЇ ВАРТОСТІ 59
- Давидова Оксана Юріївна, Сисоєва Світлана Ігорівна**
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ 67
- Далик Володимир Петрович, Цвик Володимир Романович,
Погребняк Андрій Тарасович, Приступа Арсен Андрійович,
Скочеляс Андрій Сергійович, Головатий Орест-Мирослав Мирославович**
ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ ДІАГНОСТИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ
СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИЗИКУ 74
- Ємельянов Олександр Юрійович, Базарник Остап-Павло Романович**
РЕАЛІЗАЦІЯ ПОТЕНЦІАЛУ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ ЯК СПОСІБ АНТИКРИЗОВОГО
ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ 82

Петрова Анжела Юріївна, Дейнека Маргарита Олександрівна ІННОВАЦІЇ ТА ОСВІТА: КОРЕЛЯЦІЙНО-РЕГРЕСІЙНИЙ АНАЛІЗ.....	88
Потравка Лариса Олександрівна, Пічура Іван Олександрович НАПРЯМИ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ ПРИЧОРНОМОР'Я УКРАЇНИ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	95
Смачило Валентина Володимирівна, Димченко Олена Володимирівна, Рудаченко Ольга Олександрівна, Черних Марія Ігорівна СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТАРТАП-ЕКОСИСТЕМ МІСТ УКРАЇНИ	102
Франтовський Євгеній Миколайович, Батрак Ольга Володимирівна СТРЕС-ТЕСТУВАННЯ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ ТА ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ.....	107
Череп Олександр Григорович ПРИСКОРЕННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА COVID-19: РЕТРОСПЕКТИВНИЙ ОГЛЯД ТА ВПЛИВ НА СТВОРЕННЯ НОВИХ РОБОЧИХ МІСЦЬ.....	118
Човнюк Юрій Васильович, Чередніченко Петро Петрович, Остапущенко Ольга Павлівна, Маляр Віталій Анатолійович ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ МІСТОБУДУВАННЯ В УМОВАХ ІНФЛЯЦІЇ.....	124

МАРКЕТИНГ

Kolesnyk Bohdan, Zolkover Andriy CONDUCTING A NATIONAL DIGITAL ADVERTISING CAMPAIGN UNDER CONDITIONS OF UNCERTAINTY	135
Гавриленко Тетяна Володимирівна, Шульга Софія Андріївна ПСИХОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА ПРИ ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПРОДУКТУ	147

МЕНЕДЖМЕНТ

Шевченко Вікторія Сергіївна, Калашнікова Христина Ігорівна ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ТА ОСОБИСТЕ ПЛАНУВАННЯ КЕРІВНИКА ТА ПРАЦІВНИКА НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	154
Караван Наталія Анатоліївна, Кізілова Вероніка Леонідівна АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИТРАТ.....	159
Устименко Олег Олександрович, Прохоренко Олена Вікторівна АУТСОРСИНГ З ПОЗИЦІЇ ТЕОРІЇ СИСТЕМ.....	165

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Масюк Юлія Володимирівна, Даценко Вікторія Володимирівна, Сухорукова Ольга Аркадіївна, Хаустова Євгенія Борисівна РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ.....	172
Лошенко Ірина Романівна, Познанська Інна Володимирівна ВПЛИВ ВІЙНИ В УКРАЇНІ НА СВІТОВУ ТОРГІВЛЮ ТА ЛАНЦЮГИ ПОСТАЧАННЯ	182
Нікіфорова Лілія Олександрівна, Дьогтева Ірина Оксентіївна, Шиян Анатолій Антонович НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА У СФЕРІ НАУКИ, ІННОВАЦІЙ ТА ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ.....	190

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Гуменна-Дерій Марія Василівна, Гуменний Петро Володимирович
АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ У БУДІВНИЦТВІ..... 200

Назаренко Інна Миколаївна, Кардашева Аліна Андріївна
ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ СКЛАДАННЯ БАЛАНСУ ПІДПРИЄМСТВА
ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ З УРАХУВАННЯМ ВПЛИВУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ 207

Новіков Вадим Вікторович
ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА
ПІД ВПЛИВОМ ЗАЦІКАВЛЕНИХ СТОРІН 215

Прокопенко Ірина Адольфівна
ПОДАТКОВА КУЛЬТУРА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПОДАТКОВИХ
НАДХОДЖЕНЬ..... 222

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Сливка Ярослава Василівна, Щербан Марія Дмитрівна, Таранчук Володимир Альвіанович
ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ
УКРАЇНИ 227

CONTENTS

HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Akhmedova Olena
CONTEMPORARY METHODS OF RESTAURANT ADVERTISING 11

Ostapenko Yana, Verezomska Iryna, Ostapenko Anastasiia
STUDYING THE COMPETITIVENESS OF A HOTEL ENTERPRISE THROUGH THE PRISM
OF FINANCIAL ANALYSIS 17

ECONOMY

Polozova Tetiana, Murzabulatova Olena, Ponomarov Stanislav, Pomohalova Nataliia
MANAGEMENT OF INVESTMENT ACTIVITY OF THE ENTERPRISE ON THE BASIS
OF ECONOMIC VALUE 22

Vinnytska Oksana
TAX MANAGEMENT OF UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES 31

Bodnar Roman
INFORMATION TECHNOLOGIES IN ENTERPRISE MANAGEMENT IN THE HOSPITALITY
INDUSTRY 38

Bondarchuk Olga, Astafieva Kateryna, Nikulnikova Hanna, Astafiev Oleksandr
HR BUDGETING AS A TOOL OF HR MANAGEMENT..... 45

Havrylenko Tetiana, Molodovets Andrii
AN ANTI-CRISIS PLAN AS AN EFFECTIVE MECHANISM FOR THE FUNCTIONING OF
AN ENTERPRISE IN A CRISIS..... 52

Gui Huazhi
ECONOMIC SCIENCE IN THE PRC AND RESEARCH OF THE THEORY OF VALUE 59

Davydova Oksana, Sysoieva Svitlana
CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF IT-TECHNOLOGIES IN THE HOSPITALITY
INDUSTRY 67

**Dalyk Volodymyr, Tsvyk Volodymyr, Pohrebniak Andrii,
Prystupa Arsen, Skochelias Andrii, Holovaty Orest-Myroslav**
ECONOMIC-MATHEMATICAL MODEL FOR DIAGNOSING THE EFFECTIVENESS OF THE
ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF ENTERPRISE MANAGEMENT UNDER RISK CONDITIONS... 74

Yemelyanov Olexandr, Bazarnyk Ostap-Pavlo
REALIZATION OF ENERGY SAVING POTENTIAL AS A METHOD OF ANTI-CRISIS
FINANCIAL MANAGEMENT AT ENTERPRISES..... 82

Petrova Anzhela, Deyneka Margarita
INNOVATION AND EDUCATION: CORRELATION-REGRESSION ANALYSIS 88

Potravka Larysa, Pichura Ivan
DIRECTIONS FOR TOURISM RECOVERY IN THE BLACK SEA REGION OF UKRAINE
DURING THE POST-WAR PERIOD 95

Smachylo Valentyna, Dymchenko Olena, Rudachenko Olha, Chernykh Mariia
STATUS AND DEVELOPMENT TRENDS OF THE STARTUP ECOSYSTEM OF
THE UKRAINIAN CITIES 102

Frantovskyi Yevhenii, Batrak Olha
STRESS TESTING OF FINANCIAL INSTITUTIONS AND ITS IMPROVEMENT 107

Cherep Oleksandr
THE ACCELERATION OF DIGITALIZATION AND COVID-19: A RETROSPECTIVE REVIEW
AND IMPACT ON THE CREATION OF NEW JOBS..... 118

Chovniuk Yurii, Cherednichenko Petro, Ostapushchenko Olga, Maliar Vitalii
FINANCIAL MANAGEMENT PECULIARITIES IN INFLATION CONDITIONS OF URBAN
DEVELOPMENT ENTERPRISES 124

MARKETING

Kolesnyk Bohdan, Zolkover Andriy
CONDUCTING A NATIONAL DIGITAL ADVERTISING CAMPAIGN UNDER CONDITIONS
OF UNCERTAINTY 135

Havrylenko Tetiana, Shulga Sofiia
PSYCHOLOGICAL ASPECT OF CONSUMER BEHAVIOUR IN FORMING A PRODUCT
POSITIONING STRATEGY 147

MANAGEMENT

Shevchenko Viktoriia, Kalashnikova Khrystyna
ORGANISATIONAL AND PERSONAL PLANNING OF THE MANAGER AND EMPLOYEE
AT THE ENTERPRISE..... 154

Karavan Nataliia, Kizilova Veronika
COST EFFICIENCY ANALYSIS 159

Ustymenko Oleh, Prokhorenko Olena
OUTSOURCING FROM THE POSITION OF THE SYSTEMS THEORY 165

INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Masiuk Iuliia, Datsenko Viktoriia, Sukhorukova Olga, Khaustova Yevheniia
INTERNATIONAL BUSINESS DEVELOPMENT IN THE GLOBAL ECONOMIC SYSTEM..... 172

Losheniuk Iryna, Poznanska Inna
THE IMPACT OF THE WAR IN UKRAINE ON GLOBAL TRADE AND SUPPLY CHAIN..... 182

Nikiforova Liliia, Dohtieva Iryna, Shyian Anatoliy
DIRECTIONS OF THE DEVELOPMENT OF LEGAL PROVIDING OF INTERNATIONAL
COOPERATION IN THE FIELD OF SCIENCE, INNOVATION AND TRANSFER OF TECHNOLOGY...190

ACCOUNTING AND TAXATION

Gumenna-Derii Mariia, Gumenny Petro
AUTOMATION OF ACCOUNTING OF FINANCIAL RESOURCES IN CONSTRUCTION 200

Nazarenko Inna, Kardasheva Alina
THE ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE PREPARATION
OF THE BALANCE-SHEET OF PUBLIC SECTOR ENTERPRISES IN ACCORDANCE
WITH THE INFLUENCE OF DIGITIZATION 207

Novikov Vadym
FORMATION OF THE ACCOUNTING AND ANALYTICAL SYSTEM OF A SMALL
ENTERPRISE UNDER THE STAKEHOLDERS INFLUENCE..... 215

Prokopenko Iryna
TAX CULTURE AND ITS IMPACT ON INCREASING TAX REVENUES 222

ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES

Slyvka Yaroslava, Shcherban Mariia, Taranchuk Volodumyr
PROSPECTS OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE TRANSPORT AND LOGISTICS
SYSTEM OF UKRAINE..... 227

UDC 659.1:640.43

Akhmedova Olena

PhD in Public Administration,

Associate Professor of the Department of Tourism

S. Kuznets Kharkiv National University of Economics

Ахмедова Олена Олегівна

кандидат наук з державного управління,

доцент кафедри туризму

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

ORCID: 0000-0003-1573-7710

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8763

CONTEMPORARY METHODS OF RESTAURANT ADVERTISING

СУЧАСНІ МЕТОДИ РЕКЛАМУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Summary. *The coronavirus pandemic and related lockdowns have forever changed the restaurant business in terms of service delivery, issues of safety and security, reengineering of certain business processes, namely, the need for an electronic menu accessible via QR code, personalization and tailoring of services, door-to-door order delivery, mobile applications, online promotional activities to popularize establishments and increase the number of orders for takeout and consumption out of the premises. Social media marketing, that became the restaurants' main instrument of advertising during pandemic, comes to the fore during the war due to the possibility of being used as a free tool as far as its basic content can be created or updated through the efforts of both owners and visitors and in this way increase the flow of visitors. Thus, in the paper the effective contemporary methods of restaurant advertising on social media have been outlined; the specifics of the content plan creation and features of affiliate programs have been analyzed, technicalities of the targeted advertising have been provided. Furthermore, levers that encourage and discourage consumers to visit restaurants along with the social media influence on the visitors' decision-making have been identified, the problems of the target audience formation and the specifics of maintaining communication with this audience have been analyzed, recommendations on restaurant advertising on social networks as the most effective advertising tool at the present stage of development of the country have been proposed.*

Key words: *advertising, restaurant, social networks, targeted advertising.*

Problem statement. The development of the restaurant industry is an important basis for the Ukraine's economy and is of crucial importance for the country's hospitality system functioning. In the context of the recent catastrophic events in Ukraine, it is gratifying to admit that entrepreneurs are not only trying to maintain the hospitality enterprises in working conditions but are also providing accommodation and catering services on a volunteer basis. Besides, some of them also offer educational courses free of charge for students, employees of the hospitality sector and anyone wishing to advance in this sphere for the future reconstruction and prospering of our country. Nowadays, Ukrainian restaurants are also becoming a valuable cultural element that promotes Ukrainian identity through its cuisine, beverages, food consumption traditions and peculiar level of services and automation systems.

Whereas restaurants operate in a highly competitive business environment, it is extremely important for them to develop a special gastronomic experience for customers who are becoming increasingly demanding in terms of new gustatory and olfactory sensations, as well as social, patriotic, national and cultural aspects. Therefore, in order to stand out and operate effectively in this new unprecedented circumstances and environment, restaurants have to implement a sound advertising strategy applying contemporary tools and methods.

Recent research and publications analysis. Different stages of the restaurant and hotel industry development, the role of the personnel policy in hospitality, personnel training and promotion, the issues of quality and safety as the main elements of restaurant's attractiveness, various aspects of

marketing and management have been studied in the scientific works of domestic scientists Arkhipov V.V. [1], Balatska N. Ju. [2], Malyuk L.P. [3], Nechayuk L.I., Nechayuk N.O. [4], Parfinenko A. Yu. [5], Pyatnitska H.T., Naidiuk V.S. [6; 7], Yatsun L.M. [8] and others, as well as in the papers of foreign researchers. Thus, Ayed Al Muala [9] investigated how the viral marketing may become a tool of the restaurant's brand awareness and reputation promotion if used with the certain degree of caution. Quesenberry Keith A. [16], Mariana Marques de Lima, Emerson Mainardes, Andrĳ L. Cavalcanti [18] and Muhammed Alnsour [19] researched the correlation between social media presence and restaurant brand equity along with consumers' purchase intentions, visit behaviour, subjective norms. They also outlined public relations as an indispensable part of the present day consumer-restaurant relations towards more qualitative service. Diego Bufquin, Robin B. DiPietro, Charles Partlow and Scott J. Smith [11], Jason Tang, Toni Repetti, Carola Raab [15], N. Gŭkhan Torlak, Ahmet Demir, Taylan Budur [20], Reimer J. [22] analysed various aspects of the restaurant operations management systems and their direct and indirect influence on the guest behavioural intentions, restaurant profit margins and menu prices. Deirdre P. Dixon, Jill A. Miscuraca, and Dean A. Koutroumanis [12], Filimonau V., Lemmer C., Marshall D., Bejjani G. [13] and Kimberley Petersa, Pr. Hervĳ Remaudb [17] studied a menu of different types of establishments as a marketing tool, the role of its design, layout and information presented for attracting and moulding nature-responsive and loyal patrons. Bertan S. [10] proposed to use restaurants as an additional advertising instrument of the territory and destination development in the context of inbound gastronomic tourism. Hallak R., Assakerb G., O'Con-

nore P., Leed C. [14] touched upon such a contemporary topic as the owner's resilience and self-efficacy in connection with the upscale restaurant performance. Various consequences of Covid-19 pandemic and its impact on the restaurant development were presented by Song HJ, Yeon J, Lee S. [23]. However, nowadays the issues of the peculiarities of the restaurant business advertising still remain open for discussion and extremely topical in the contemporary highly competitive business environment.

Problem statement. Thus, the purpose of the article is to define the role and peculiarities of restaurant business advertising in the post pandemic period and under the martial law.

Paper main body. The researchers [1; 2; 4; 5] do not cease to emphasise that social networks are becoming one of the main tools for sales as well as the means of consumers' data collection and shepherding them into beliefs about what is most appropriate in terms of eating and visiting. Social media is nowadays the best tool for building the restaurant's reputation, demonstration of its social and political position, getting to know its clientele, their likes, dislikes, preferences. The statistical data on the popularity of the social networks worldwide are presented in figure1.

It is obvious that for a restaurant advertising in social networks is not the only way out, there are also other tools, including traditional ones, but this particular way of promotion is one of the most effective, especially for city restaurants where travellers may be attracted by information they find online. Besides, the ability to survive in the pandemic period for many Ukrainian restaurants became a unique test for resilience and flexibility in the war period, when after initial shock, stress and misunderstanding of the enemy's cruelty, ruthlessness and mercilessness came the awareness of the necessity to

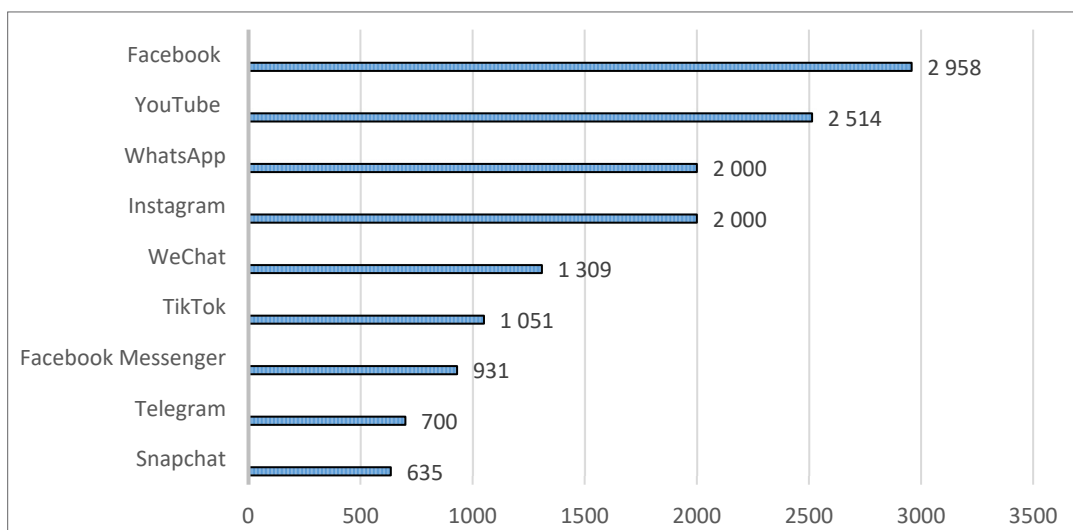


Fig. 1. Most popular social networks worldwide as of January 2023, ranked by number of monthly active users (in millions) [24]

stand against it in all possible ways, including an economic one.

To start this kind of promotion it is necessary, first of all, to understand the target audience and to define what to advertise in order to attract additional visitors not only to the restaurant social media page but to the restaurant as such. The content plan has to be thoroughly thought out; information that is supposed to be presented online should include not only the topics concerning restaurant concept, brand, identity, food, drinks, promotions and events but also materials about design (interior, exterior, menu, furniture, colours, decoration, uniform) customer policy, staff and owners if appropriate.

It is worth mentioning that there are special requirements to the restaurant social media page: it should have detailed information about the location, phone numbers, logo, photo of the interior and facade, menu and photos of dishes and drinks. The cover should be appetizing: it is either a beautiful photo of food and drinks, or a photo of the interior, or a well thought-out advertising layout with a slogan or colour associations.

Unfortunately, there is no direct correlation between the number of subscribers on a page and the real growth of restaurant visitors. The dissonance between virtual popularity and real popularity has to be taken into account as there may be lots of followers who in reality do not visit the restaurant at all or go there rarely. The fact is that the restaurant's visitors are often people who are not subscribed to its page. Some scientists estimate that less than half of those who are subscribed to a restaurant's social media page actually visit it [18]. At the same time, the remaining half is quite a lot. For instance, if 1000–2000 visitors come to the restaurant within a week after the post publication then the advertising campaign can be considered successful. The other 50% of subscribers react to interesting posts, nice and attractive photos of the interior, dishes, add reactions and comments and in this way increase the page's visibility and popularity but this does not mean that they will ever come to the establishment. When it comes to attracting a definite group of people to a particular promotion, social media information often becomes a major driver of sales growth. But unfortunately, it is also impossible to directly link the growth in sales to social media activity.

Social networks nowadays are the cheapest way of the restaurant promotion. It can be rather affordable to create a website but it is rather expensive to bring it to the first page of search engines. Such a tool as contextual advertising is also expensive, leave alone print, TV, radio or YouTube advertising. The restaurant owner can create a social networking page on his/her own and with some knowledge in this sphere can start promoting the restaurant some time before its opening (like teaser campaigns) to form the customer base and generate interest long before the actual opening. In addition, there is no advertising tool as easy to use and operate as social media. It is true that its algorithms are constantly changing and there is no stable approach or once chosen successful strategy therefore. Testing, comparing and ongoing adaptation is a new reality.

When the initial stage of the restaurant development is over and the owners wish to promote it further, it is high time to apply paid (targeted) advertising that is an important and effective instrument if properly customized. That is the biggest challenge and problem for owners and they will need either upgrade their knowledge in this sphere or hire a specialist. Targeting is based on the specifics of the restaurant's target audience, namely, gender, age, education, nationality, social status, income level, cultural preferences, living place, etc. The narrower the audience is defined, the more successful the targeted advertising is. The main characteristics of the variables and basics of consumer segmentation are presented in Table 1.

There are different strategies for different restaurants depending on the target audience's age. If the main clientele is the people over 45, then there is little or no sense at all to advertise its services in social networks despite the fact that more and more people of silver age are getting closer acquainted with social networks. A conceptual stylish modern establishment targeted at people under 40 cannot do without a page in social networks. Naturally, the location greatly influences the customer traffic, signs, signage, billboards and other types of outdoor advertising as well as word of mouth (especially in towns and smaller settlements) bring customers to the catering establishments. On average, it has been estimated, that social media can attract 10 to 50% of visitors, depending on the location and age of the target audience [16].

Table 1

Variables and basics of consumer segmentation

Geographic	Demographic	Psychographic	Behavioral
Basics: territory, climate, population density, growth rate	Basics: age, gender, education, profession, income level, social and family status	Basics: values, attitudes, lifestyle	Variables: frequency of the restaurant visiting, attitude to price policy, brand loyalty, motives of the restaurant visiting

Source: compiled by the author

The time when just bright, high quality and entertaining photos with no text at all or simple description generated audiences and created steady flows of customers are well behind. The restaurant advertising is both about the form and wording, which has to be short, specific, informative or funny, rather conversational (too business-like texts are inappropriate) and consumer-oriented (rhetorical or direct questions inviting subscribers to get involved into conversation / discussion / sharing opinions). In the recent time lots of new ways of online business-client communication ideas have appeared, the following social media activities and strategies are the most effective for the restaurant industry at the given moment:

- offerings to subscribe or recommend the page to a friend in exchange for incentives, prizes, discounts. This creates a kind of virtual contract with the restaurant and it gives access to the user's page;
- restaurant tagging, geolocation and hashtags on the customers' personal pages helps to increase the number of subscribers and visitors to the restaurant page. "Tag us today and receive a discount tomorrow" is still a very effective formula that not only creates awareness about the restaurant but also forms a cohort of loyal customers. The restaurant reposts of the guests' stories, comments, answers to positive comments and immediate dealing with the negative ones' work in the same way;
- cross-marketing with various commercial, cultural, social, entertainment businesses or whisky / wine / beer / tea / coffee producers as a kind of joint promotion;

- linking social networks to messengers (where, for an example, a more detailed information about prices, discounts, dishes and ingredients, social and consumer policy, as well as funny stories etc. can be presented) that also allows generating more contacts and increase access to large groups of people;
- all types of content should be constantly used according to the restaurant's content plan: stories / posts / reels / storytelling. The page has to be alive, to demonstrate real life, not just static demonstration of food and beverages.

Conclusions. For the restaurant owners it is always too expensive to use any kind of traditional advertising while the one in the social networks combined with word of mouth can be free of charge or rather inexpensive if it is thought out properly and is based on thorough study of the target audience, its likes and dislikes, preferences, motivation and motives of the restaurant visiting. This is especially important for Ukrainian restaurants nowadays when businesses have to survive in the war-time situation. The sophisticated promotional and partner programs based on gamifications, quizzes, creative approaches with various small gifts or discounts for certain items that are supposed to involve the clientele into certain type of relations with restaurant, a kind of virtual contact, build credibility and loyalty that will nudge people to visit these places again and again. Besides, active presence in social media can be used strategically focusing on the relationship between the company and consumers, thus influencing restaurant's brand image, equity and awareness.

Literature

1. Архіпов В.В. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури. 2017. 342 с.
2. Балацька Н.Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. Економіка та управління підприємствами. 2020. Вип. 42. С. 117–122.
3. Малюк Л., Варипаєва Л. Теоретичні основи забезпечення безпеки в сфері послуг. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2019. Т. 2 (1). С. 134–143. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rhci_2019_2_1_12
4. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент. Київ: Центр учбової літератури. 2020. С. 344.
5. Парфіненко А.Ю. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та національний досвід: колективна монографія. Харків: ХНУ. 2017. 412 с.
6. П'ятницька Г.Т., Найдюк В.С. Структурні трансформації у розвитку ресторанного господарства України: аспекти спеціалізації. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2017. Т. 26(1). С. 163–167.
7. П'ятницька Г.Т., Григоренко О.М., Найдюк В.С. Інновації у розвитку підприємств ресторанного господарства: міжнародні тренди та українські реалії в умовах домінування ринкових загроз. Підприємництво і торгівля: збірник наукових праць. 2017. Вип. 21. С. 119–128.
8. Яцун Л.М. Методологічні підходи до формування системи управління підприємствами сфери харчування населення. Науковий вісник ПУЕТ. Серія «Економічні науки». 2021. № 4(66). С. 102–108.
9. Ayed Al Muala Influence of Viral Marketing Dimensions on Customer Satisfaction in Fast Food Restaurants in Jordan. Journal of Management and Sustainability. 2018. Vol. 8. No. 1. doi: 10.5539/jms.v8n1p149
10. Bertan S. Impact of restaurants in the development of gastronomic tourism. International Journal of Gastronomy and Food Science. 2020. Vol. 21. 100232. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100232>

11. Bufquin D., DiPietro R.B., Partlow Ch., Smith S.J. Differences in social evaluations and their effects on employee job attitudes and turnover intentions in a restaurant setting. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*. 2018. doi: 10.1080/15332845.2018.1449550
12. Dixon D.P., Miscuraca J.A., Koutroumanis D.A. Looking Strategically to the Future of Restaurants: Casual Dining or Fast Casual? *Entrepreneurship Education and Pedagogy*. 2018. Vol. 1(1). P. 102–117. doi: 10.1177/2515127417737288
13. Filimonau V., Lemmer C., Marshall D., Bejjani G. ‘Nudging’ as an architect of more responsible consumer choice in food service provision: The role of restaurant menu design. *Journal of Cleaner Production*. 2017. Vol. 144. P. 161–170. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.01.010>
14. Hallak R., Assakerb G., O’Connor P., Leed C. Firm performance in the upscale restaurant sector: The effects of resilience, creative self-efficacy, innovation and industry experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2018. Vol. 40. P. 229–240. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.10.014>
15. Tang J., Repetti T., Raab C. Perceived fairness of revenue management practices in casual and fine-dining restaurants. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. 2019. Vol. 2, Iss. 1. P. 92–108. doi: <https://doi.org/10.1108/JHTI-10-2018-0063>
16. Quesenberry K.A. *Social media strategy. Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution*. Second edition, Published by Rowman & Littlefield. 2019. 353 p. LCCN 2018005316 (e-book)
17. Petersa K., Pr. Hervň Remauidb Factors influencing consumer menu-item selection in a restaurant context. *Food Quality and Preference*. 2020. 82. 103887. doi: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.103887>
18. Lima M.M., Mainardes E., Cavalcanti A.L. Influence of social media on restaurant consumers: A case study of Crab Island restaurant. *Journal of Foodservice Business Research*. 2019. Vol. 22, Iss. 5. P. 413–432. doi: 10.1080/15378020.2019.1631657
19. Alnsour M., Faour H.R. The Influence of Customers Social Media Brand Community Engagement on Restaurants Visit Intentions. *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management*. 2019. Vol. 10, Iss. 4. doi: 10.4018/IJCRMM.2019100101
20. Torlak N.G., Demir A., Budur T. Impact of operations management strategies on customer satisfaction and behavioral intentions at cafñ-restaurants. *International Journal of Productivity and Performance Management*. 2019. URL: <https://doi.org/10.1108/IJPPM-01-2019-0001>
21. *Organisation of the Restaurant Industry: textbook: compiled by O.O. Akhmedova, O.A. Sushchenko*. Kharkiv: S. Kuznets KhNUE, 2019. 185 p.
22. Reimer J. What is the average restaurant profit margin? Toast, Inc., March 1, 2017. URL: <https://pos.toast-tab.com/blog/average-restaurant-profit-margin>
23. Song H.J., Yeon J., Lee S. Impact of the COVID-19 Pandemic: Evidence from the U.S. Restaurant Industry. *International Journal of Hospitality Management*. 2020. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102702>
24. Statista. Facts and insights on topics that matter. URL: <https://www.statista.com>

References

1. Arkhipov V.V. Orhanizatsiia obsluhovuvannia v zakladakh restorannoho hospodarstva: navch. posib. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury. 2017. 342 s.
2. Balatska N. Yu. Restoranni biznes v umovakh pandemii koronavirusu: problemy ta napriamy transformatsii modelei rozvytku. *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy*. 2020. Vyp. 42. S. 117–122.
3. Maliuk L., Varypaieva L. Teoretychni osnovy zabezpechennia bezpeky v sferi posluh. Restoranni i hotelnyi konsaltnh. *Innovatsii*. 2019. T. 2 (1). S. 134–143. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rhci_2019_2_1_12
4. Nechaiuk L.I., Nechaiuk N.O. Hotelno-restoranni biznes: Menedzhment. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury. 2020. S. 344.
5. Parfinenko A. Yu. Suchasni tendentsii rozvytku hotelno-restorannoho biznesu: mizhnarodnyi ta natsionalnyi dosvid: kolektyvna monohrafiia. Kharkiv: KhN U. 2017. 412 s.
6. Piatnytska H.T., Naidiuk V.S. Strukturni transformatsii u rozvytku restorannoho hospodarstva Ukrainy: aspekty spetsializatsii. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu*. 2017. T. 26(1). S. 163–167.
7. P’iatnytska H.T., Hryhorenko O.M., Naidiuk V.S. Innovatsii u rozvytku pidpriemstv restorannoho hospodarstva: mizhnarodni trendy ta ukraïnski realii v umovakh dominuvannia rynkovykh zahroz. *Podpriemnytstvo i to-rhivlia: zbirnyk naukovykh prats*. 2017. Vyp. 21. S. 119–128.
8. Yatsun L.M. Metodolohichni pidkhody do formuvannia systemy upravlinnia pidpriemstvamy sfery kharchuvannia naselennia. *Naukovyi visnyk PUET. Seriiia “Ekonomichni nauky”*. 2021. № 4(66). S. 102–108.
9. Ayed Al Muala Influence of Viral Marketing Dimensions on Customer Satisfaction in Fast Food Restaurants in Jordan. *Journal of Management and Sustainability*. 2018. Vol. 8. No. 1. doi: 10.5539/jms.v8n1p149
10. Bertan S. Impact of restaurants in the development of gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 2020. Vol. 21. 100232. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100232>

11. Bufquin D., DiPietro R.B., Partlow Ch., Smith S.J. Differences in social evaluations and their effects on employee job attitudes and turnover intentions in a restaurant setting. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*. 2018. doi: 10.1080/15332845.2018.1449550
12. Dixon D. P., Miscuraca J. A., Koutroumanis D. A. Looking Strategically to the Future of Restaurants: Casual Dining or Fast Casual? *Entrepreneurship Education and Pedagogy*. 2018. Vol. 1(1). P. 102–117. doi: 10.1177/2515127417737288
13. Filimonau V., Lemmer C., Marshall D., Bejjani G. ‘Nudging’ as an architect of more responsible consumer choice in food service provision: The role of restaurant menu design. *Journal of Cleaner Production*. 2017. Vol. 144. P. 161–170. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.01.010>
14. Hallak R., Assakerb G., O’Connorc P., Leed C. Firm performance in the upscale restaurant sector: The effects of resilience, creative self-efficacy, innovation and industry experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2018. Vol. 40. P. 229–240. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.10.014>
15. Tang J., Repetti T., Raab C. Perceived fairness of revenue management practices in casual and fine-dining restaurants. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. 2019. Vol. 2, Iss. 1. P. 92–108. doi: <https://doi.org/10.1108/JHTI-10-2018-0063>
16. Quesenberry K.A. *Social media strategy. Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution*. Second edition, Published by Rowman & Littlefield. 2019. 353 p. LCCN 2018005316 (e-book)
17. Petersa K., Pr. Hervň Rемаудb Factors influencing consumer menu-item selection in a restaurant context. *Food Quality and Preference*. 2020. 82. 103887. doi: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.103887>
18. Lima M.M., Mainardes E., Cavalcanti A.L. Influence of social media on restaurant consumers: A case study of Crab Island restaurant. *Journal of Foodservice Business Research*. 2019. Vol. 22, Iss. 5. P. 413–432. doi: 10.1080/15378020.2019.1631657
19. Alnsour M., Faour H.R. The Influence of Customers Social Media Brand Community Engagement on Restaurants Visit Intentions. *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management*. 2019. Vol. 10, Iss. 4. doi: 10.4018/IJCRMM.2019100101
20. Torlak N.G., Demir A., Budur T. Impact of operations management strategies on customer satisfaction and behavioral intentions at cafй-restaurants. *International Journal of Productivity and Performance Management*. 2019. URL: <https://doi.org/10.1108/IJPPM-01-2019-0001>
21. *Organisation of the Restaurant Industry: textbook: compiled by O.O. Akhmedova, O.A. Sushchenko*. Kharkiv: S. Kuznets KhNUE, 2019. 185 p.
22. Reimer J. What is the average restaurant profit margin? Toast, Inc., March 1, 2017. URL: <https://pos.toast-tab.com/blog/average-restaurant-profit-margin>
23. Song H.J., Yeon J., Lee S. Impact of the COVID-19 Pandemic: Evidence from the U.S. Restaurant Industry. *International Journal of Hospitality Management*. 2020. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102702>
24. Statista. Facts and insights on topics that matter. URL: <https://www.statista.com>

Остапенко Яна Олександрівна
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри облікових технологій та бізнес-аналітики
Державний податковий університет*

Ostapenko Yana
*PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of
Accounting Technologies and Business Analytics
State Tax University
ORCID: 0000-0002-9386-2237*

Верезомська Ірина Георгіївна
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу
Київський національний університет культури і мистецтв*

Verezomska Iryna
*PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of
Hotel, Restaurant and Tourism Business
Kyiv National University of Culture and Arts
ORCID: 0000-0002-3289-3734*

Остапенко Анастасія Валеріївна
*здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти
Київського національного університету культури і мистецтв*

Ostapenko Anastasiia
*Student of the second (Master's) level of higher education
Kyiv National University of Culture and Arts
ORCID: 0009-0005-6191-2518*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8798

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ

STUDYING THE COMPETITIVENESS OF A HOTEL ENTERPRISE THROUGH THE PRISM OF FINANCIAL ANALYSIS

Анотація. В умовах ринкової економіки та конкуренції підприємство готельного бізнесу має постійно стежити за ситуацією на ринку та забезпечувати конкурентоздатність своєї діяльності. Для цього підприємству необхідно аналізувати свій фінансовий стан та ефективність використання фінансових ресурсів. Одним з методів оцінки фінансової спроможності підприємства є фінансовий аналіз, за допомогою якого можна оцінити наявну фінансову ситуацію та визначити напрями покращення конкурентоспроможності.

В процесі фінансового аналізу підприємства готельної індустрії виявляються взаємозв'язки і взаємозалежності між різними показниками фінансово-господарської діяльності. Оцінка фінансового стану та інших результатів діяльності підприємства дозволяє приймати обґрунтовані управлінські рішення та визначити потенційні можливості на перспективу. Проведення фінансового аналізу готельного підприємства сприятиме виявленню чинників, що призводять до зменшення конкурентоспроможності та дозволить розробити заходи з покращення фінансової ситуації, та підвищення конкурентоспроможності.

В статті, з метою визначення рівня конкурентоспроможності, проаналізовано фінансовий стан та показники фінансової діяльності підприємства готельного бізнесу «Президент-Готель» за 2020–2021 роки. Проведено аналіз рентабельності діяльності, проаналізовано ліквідність та платоспроможність, визначено рівень фінансової стійкості та ділової активності. Розраховані показники порівняно в динаміці. Побудовано багатофакторну модель Дюпон, яка відображує комплексну оцінку фінансового потенціалу закладу, його сильні та слабкі фінансові сторони. Надано рекомендації щодо покращення результатів фінансового аналізу та конкурентоспроможності. Показники фінансового аналізу розраховані за даними фінансової звітності ПРАТ «Президент Готель» за 2020–2021 роки.

За результатами фінансового аналізу у 2021 році підприємство мало економічний спад та низьку конкурентоспроможність. Досліджено, що готель має потенційні можливості для покращення фінансового стану та підвищення конкурентоспроможності, через підвищення рентабельності продажів продукції (послуг) та підвищення ефективності використання активів.

Ключові слова: фінансовий аналіз, конкурентоспроможність, готель, фінансовий стан, економічне зростання.

Summary. In a market economy and competition, a hotel business enterprise must constantly monitor the market situation and ensure the competitiveness of its activities. To do this, the company needs to analyze its financial condition and the efficiency of its financial resources. One of the methods for assessing the financial solvency of an enterprise is financial analysis, which can be used to assess the current financial situation and identify areas for improving competitiveness.

In the process of financial analysis of the hotel industry enterprise, interrelations and interdependencies between various indicators of financial and economic activity are revealed. Assessment of the financial condition and other performance results of the enterprise allows to make informed management decisions and identify potential opportunities for the future. Carrying out a financial analysis of the hotel enterprise will help to identify the factors that lead to a decrease in competitiveness and will allow to develop measures to improve the financial situation and increase competitiveness.

In order to determine the level of competitiveness, the article analyzes the financial condition and financial performance indicators of the hotel business enterprise «President Hotel» for 2020–2021. An analysis of profitability, liquidity and solvency are analyzed, the level of financial stability and business activity is determined. The calculated indicators are compared in dynamics. A multi-factor DuPont model is built, which reflects a comprehensive assessment of the financial potential of the institution, its strengths and weaknesses. Recommendations for improving the results of financial analysis and competitiveness are provided. The financial analysis indicators are calculated based on the financial statements of President Hotel PJSC for 2020–2021.

According to the results of the financial analysis in 2021, the company had an economic downturn and low competitiveness. It is investigated that the hotel has potential opportunities to improve its financial condition and competitiveness by increasing the profitability of sales of products (services) and increasing the efficiency of asset use.

Key words: financial analysis, competitiveness, hotel, financial condition, economic growth.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Для успішного суперництва готельним підприємствам необхідно чітко виділити і посилити свої конкурентні переваги. Для цього необхідно визначити відносну конкурентну позицію готельного підприємства, виявити фактори, що позитивно та негативно впливають на його конкурентоспроможність. Значний вплив на конкурентоспроможність готелю має фінансовий стан. Дослідженню фінансового стану, наявності та ефективності використання фінансових ресурсів сприятиме фінансовий аналіз, який суб'єктами готельної індустрії практично не проводиться. Відсутність досліджень конкурентоспроможності готелю за допомогою фінансового аналізу і зумовлює актуальність вивчення цієї проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями, пов'язаними з функціонуванням готелів, і аналізом їх діяльності займаються такі вчені, як І. Верезомська [1], С. Білоус, А. Красько, Л. Безручко [2], Я. Остапенко [3], І. Пандяк [4] та ін. Проблема визначення стратегічних напрямків підвищення конкурентоспроможності підприємств присвячено ряд наукових досліджень таких відомих закордонних авторів, як М. Porter, М. Kramer [5], Ph. Kotler [6], Р. Tomcsanyi [7]. Але в нау-

ковій спільноті практично відсутні дослідження конкурентоспроможності підприємств готельного господарства за результатами фінансового аналізу.

Формування цілей. Метою дослідження є висвітлення показників та порядку проведення фінансового аналізу діяльності підприємства готельного бізнесу з метою визначення конкурентоспроможності та виявлення шляхів її покращення.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність готелю обумовлюється її фінансовим станом, рівнем організації діяльності по наданню послуг та якістю обслуговування споживачів. Дослідження фінансового стану та основних результатів фінансово-господарської діяльності підприємства з метою виявлення резервів подальшого ефективного розвитку передбачає фінансовий аналіз.

Важливим об'єктом фінансового аналізу підприємств готельного господарства є показники рентабельності.

Проаналізуємо рентабельність підприємства готельного господарства на прикладі показників ПРАТ «Президент – Готель» (табл. 1).

За результатами розрахунків, у 2021 році заклад «Президент – Готель» має зменшення чистої рентабельності з реалізації послуг на 8,99%, що

Таблиця 1

Аналіз рентабельності ПРАТ «Президент – Готель» за 2020–2021 рр.

Показник	Формула розрахунку	Величина		Відхилення (+; –), %
		2020 р.	2021 р.	
Чиста рентабельність продажів (реалізації послуг)	$\frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Обсяг продажів}} * 100\%$ (чиста виручка від реалізації послуг)	26,08	-17,09	-8,99
Рентабельність оборотних активів	$\frac{\text{Загальний прибуток до оподаткування}}{\text{Середня вартість оборотних активів}} * 100\%$	15,32	-5,99	-9,33
Рентабельність власного капіталу	$\frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня вартість власного капіталу}} * 100$	11,59	-7,45	-4,14

Джерело: розраховано авторами за [8]

характеризує надані послуги як збиткові. Значне зменшення має рентабельність оборотних активів (-9,33%) та власного капіталу (-4,14%), що свідчить про неефективність використання коштів.

Наступним етапом фінансового аналізу є аналіз ліквідності та платоспроможності (таблиця 2).

За розрахунками, готель має високу абсолютну ліквідність в 2021 році. Досить значними є коефіцієнти швидкої ліквідності та поточної ліквідності. Коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами свідчить про недостатність власних оборотних коштів. Але маневреність власних оборотних коштів зростає. Значну величину має й коефіцієнт покриття запасів, який має тенденцію подальшого збільшення.

Для покращення ліквідності, підприємству необхідно поставити за завдання контроль величини

власних оборотних коштів, а також контроль дотримання строків погашення поточної кредиторської та дебіторської заборгованості.

Можна відзначити за 2021 рік досить високу платоспроможність підприємства:

$$K_n = \frac{\text{Платіжні кошти}}{\text{Поточні зобов'язання}} = 15,2.$$

Співвідношення окремих запасів та джерел їх фінансування ПРАТ «Президент – Готель» в 2021 та в 2020 роках визначає абсолютну фінансову стійкість (табл. 3).

Використання фінансових ресурсів підприємства відображають показники ділової активності (таблиця 4).

За показниками таблиці, коефіцієнт оборотності активів зменшився. Це свідчить про неефективне

Таблиця 2

Динаміка показників ліквідності ПРАТ «Президент – Готель» за 2020–2021 рр.

Показник	Формула розрахунку за показниками звітності	Нормативне значення	2020 р.	2021 р.	Відхилення (+, –)
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$\frac{\phi.1, p.1160 + p.1165}{\phi.1, p.1695}$	0,25–0,35	0,004	1,37	+1,4
Коефіцієнт проміжної (швидкої) ліквідності	$\frac{\phi.1, p.1195 - p.1100 - p.1110}{\phi.1, p.1695}$	0,5–1	5,1	15,1	+10,0
Коефіцієнт поточної ліквідності (загальний коефіцієнт покриття)	$\frac{\phi.1, p.1195}{\phi.1, p.1695}$	1,5–2	5,1	15,2	+10,1
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	$\frac{\phi.1, p.1495 - p.1095}{\phi.1, p.1195}$	> 0 збільшення	2,2	-1,98	-0,23
Коефіцієнт маневреності власних оборотних коштів	$\frac{\phi.1, p.1165}{\phi.1, p.1495 - \phi.1, p.1095}$	збільшення	0,002	0,05	+0,048
Коефіцієнт покриття запасів	$\frac{\phi.1, p.1495 - p.1095 + p.1600 + p.1615}{\phi.1, p.1100 + p.1110}$	> 1	185,9	202,3	+16,4

Джерело: розраховано авторами за [8]

Таблиця 3

Визначення типу фінансової стійкості фінансування ПРАТ «Президент – Готель»

Тип фінансової стійкості	Джерела формування	Методика розрахунку	2020 р.	2021 р.
Абсолютна фінансова стійкість	Власні оборотні активи (ВОА)	Виробничі запаси ≤ власні оборотні активи (Ф1., р.1000 ≤ р.1495 – р.1095)	411 ≤ 170052	410 ≤ 72821

Джерело: розраховано авторами за [8]

використання активів на даному підприємстві. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості зменшився на 0,29, а кредиторської заборгованості збільшився на 0,4. Зменшення коефіцієнта оборотності власного капіталу свідчить про неефективність використання ресурсів підприємства.

Для підвищення ділової активності та конкурентоспроможності досліджуваному підприємству необхідно раціонально використовувати виробничі ресурси та здійснювати контроль за своєчасністю оплати отриманих послуг.

Для визначення економічного зростання, як вагової складової конкурентоспроможності підприємства готельного бізнесу, розрахуємо багатфакторну модель Дюпон, яка дасть комплексну оцінку фінансового потенціалу закладу та покаже сильні та слабкі фінансові сторони підприємства:

$$R_{BK} = R_{ПП} \cdot K_{OA} \cdot K_{\Phi 3}, \quad (1)$$

де R_{BK} — рентабельність власного капіталу;
 $R_{ПП}$ — рентабельність продажів продукції (послуг);

K_{OA} — коефіцієнт оборотності активів;

$K_{\Phi 3}$ — коефіцієнт фінансової залежності.

Модель за показниками готелю у 2021 році має вигляд:

$$-17,09\% * 0,12 * 1,9 = -3,9\%.$$

За показниками моделі, підприємство має економічний спад, покращити який можливо через підвищення рентабельності продажів продукції (послуг) та ефективності використання активів.

Висновки. Фінанси та фінансовий стан підприємства готельного господарства є однією з складових конкурентоспроможності підприємства. До-

Таблиця 4

Показники ділової активності ПРАТ «Президент — Готель» за 2020–2021 рр.

Показники	Формула розрахунку	2020 р.	2021 р.	Відхилення (+, -)
Коефіцієнт оборотності активів	$\frac{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}}{\text{Середня величина активів}}$ $\left(\frac{\Phi.2., \text{ р.2000}}{(\Phi.1. \text{ р.1300 гр.3} + \text{ р.1300 гр.4}) / 2} \right)$	0,23	0,12	-0,11
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	$\frac{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}}{\text{Середня величина дебіторської заборгованості}}$ $\left(\frac{\Phi.2., \text{ р.2000}}{\Phi 1. \left(\sum \text{рядків з 1125 по 1155 гр.3} + \sum \text{рядків з 1125 по 1155 гр.4} \right) / 2} \right)$	2,25	1,96	-0,29
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	$\frac{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}}{\text{Середня величина кредиторської заборгованості}}$ $\left(\frac{\Phi.2., \text{ р.2000}}{\Phi 1. (\text{р.1695 гр.3} + \text{ р.1695 гр.4}) / 2} \right)$	2,5	2,9	+0,4
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	$\frac{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}}{\text{Середня величина власного капіталу}}$ $\left(\frac{\Phi.2., \text{ р.2000}}{\Phi 1. (\text{р.1495 гр.3} + \text{ р.1495 гр.4}) / 2} \right)$	0,144	0,143	-0,001

Джерело: розраховано авторами за [8]

слідити фінансову діяльність та фінансовий стан будь-якого суб'єкта підприємницької діяльності з метою його поліпшення, а отже підвищення конкурентоспроможності, можна за допомогою фінансового аналізу. Результати фінансового аналізу діяльності ПРАТ «Президент-Готель» засвідчують у 2021 році збиткову діяльність підприємства. Готель має досить низькі показники ліквідності, для покращення яких необхідно контролювати величину власних оборотних коштів, а також дотримання строків погашення поточної кредиторської та дебіторської заборгованості. Результати аналізу ділової

активності досліджуваного підприємства свідчать про нераціональне використання фінансових ресурсів. Підвищення рентабельності продажів продукції (послуг) та підвищення ефективності використання активів сприятиме підвищенню економічного зростання та збільшенню конкурентоспроможності.

Таким чином, проведення фінансового аналізу на підприємстві готельного бізнесу сприятиме виявленню чинників, що призводять до зниження конкурентоспроможності та сприятимуть розробленню заходів з покращення фінансової ситуації, та підвищенню конкурентоспроможності.

Література

1. Верезомська І. Перспективи розвитку butik-готелів в Україні. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2018, № 2. С. 23–29.
2. Білоус С.В., Красько А.Б., Безручко Л.С. Підвищення конкурентних переваг готельно-ресторанних та туристичних підприємств за допомогою методів менеджменту. Економіка та суспільство. 2021. Випуск 23. С. 1–9.
3. Шиманська К., Остапенко Я. Стан діяльності підприємств готельного господарства в Україні та особливості: обліково-контрольний аспект. Вісник ЖДТУ: Економіка, управління та адміністрування. 2014. Вип. 1(67). С. 59–67.
4. Пандяк І. Вплив російсько-української війни 2022 р. На розвиток готельного бізнесу в Україні. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, 7–8 жовтня 2021 року, Львів. Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського. С. 100–104.
5. Porter M. E., Kramer M. R. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review, December 2006. P. 78–92.
6. Kotler Ph. Marketing Essentials. Hoboken: Prentice-Hall, 1984. 556 p.
7. Tomcsanyi, P. Goods analysis and product strategy in marketing. Budapest: Akadémiai Kiadó, 1994. 283 p.
8. Фінансова звітність ПРАТ «Президент – Готель» за 2020–2021 роки. URL: https://clarity-roject.info/edr/30058128/finances?current_year=2021

References

1. Verezomska I. Prospects for the development of boutique hotels in Ukraine. Restorannyj i ghotel'nyj konsal'tyngh. Innovaciji. 2018. № 2. P. 23–29.
2. Bilous S. V., Krasjko A. B., Bezruchko L. S. Increasing the competitive advantages of hotel, restaurant and tourism enterprises using management methods. Ekonomika ta suspil'stvo. 2021. № 23. P. 1–9.
3. Shymansjka K., Ostapenko Ja. The state of activity of hotel enterprises in Ukraine and features: accounting and control aspect. Visnyk ZhDTU: Ekonomika, upravlinnja ta administruvannja. 2014. № 1(67). P. 59–67.
4. Pandjak I. The Impact of the Russian-Ukrainian War of 2022 on the Development of the Hotel Business in Ukraine. Suchasni tendenciji rozvytku industriji ghostynnosti: materialy II Mizhnarodnojia naukovo-praktychnoji konferenciji, 7–8 zhovtnja 2021 roku, Ljviv. Ljvivs'kyj derzhavnyj universytet fizychnoji kulj'tury imeni Ivana Bobers'koghho. 2021. P. 100–104.
5. Porter M. E., Kramer M. R. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review, December. 2006. P. 78–92.
6. Kotler Ph. Marketing Essentials. Hoboken: Prentice-Hall. 1984. P. 556.
7. Tomcsanyi P. Goods analysis and product strategy in marketing. Budapest: Akadémiai Kiadó. 1994. — 283 p.
8. Financial statements of President Hotel PJSC for 2020–2021. URL: https://clarity-project.info/edr/30058128/finances?current_year=2021

Polozova Tetiana

*Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of Department of Economic Cybernetics
and Management of Economic Security
Kharkiv National University of Radio Electronics*

Полозова Тетяна Василівна

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економічної кібернетики та управління економічною безпекою
Харківський національний університет радіоелектроніки*
ORCID: 0000-0001-9956-8816

Murzabulatova Olena

*Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of Department of Economic Cybernetics
and Management of Economic Security
Kharkiv National University of Radio Electronics*

Мурзабулатова Олена Вячеславівна

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної кібернетики та управління економічною безпекою
Харківський національний університет радіоелектроніки*
ORCID: 0000-0003-2179-1828

Ponomarov Stanislav

*Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer of Department of Economic Cybernetics
and Management of Economic Security
Kharkiv National University of Radio Electronics*

Пономарьов Станіслав Вадимович

*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри економічної кібернетики та управління економічною безпекою
Харківський національний університет радіоелектроніки*
ORCID: 0000-0003-4061-267X

Pomohalova Nataliia

*Assistant of the Department of Economic Cybernetics
and Management of Economic Security
Kharkiv National University of Radio Electronics*

Помогалова Наталія Валеріївна

*асистент кафедри економічної кібернетики та управління економічною безпекою
Харківський національний університет радіоелектроніки*
ORCID: 0009-0000-2251-4342

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8777

**MANAGEMENT OF INVESTMENT ACTIVITY
OF THE ENTERPRISE ON THE BASIS
OF ECONOMIC VALUE**

**УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ
ЕКОНОМІЧНОЇ ЦІННОСТІ**

Summary. *The economic value of the investment activity of the telecommunications enterprise is manifested in specific value characteristics, which are formed as a result of the introduction of investment drivers and satisfy stakeholders' certain needs and expectations. It creates a common value characteristic inherent all stakeholder groups, which is associated with their need for communications. As a result, the state receives the effect as the distribution of information and communication technologies. Conceptual model of management of investment activity of telecommunication enterprise is elaborated on the basis of economic value, which is based on the integrated approach to the application of value-oriented management and stakeholders, formulated specific principles and determinants of investment activity, implementation of theoretical and applied basis on the formation, evaluation and monitoring of the economic value of investment activities by the functional components of the management. Results of the integral estimation of the economic value of investment activity of telecommunications enterprises allow determining a positive trend of its growth for the future, where the orientation to the technological leadership and efficiency, formation of the value characteristics of the enterprise owners and services users are determined as the leading components of the economic value formation.*

Key words: investment activity, telecommunications enterprise, information and communications technologies, economic value, investment drivers

Анотація. *Економічна цінність інвестиційної діяльності телекомунікаційного підприємства проявляється в специфічних вартісних характеристиках, які формуються в результаті впровадження інвестиційних драйверів і задовольняють певні потреби і очікування зацікавлених сторін. Це створює загальну ціннісну характеристику, властиву всім групам зацікавлених сторін, яка пов'язана з їх потребою в комунікаціях. В результаті держава отримує такий ефект, як поширення інформаційно-комунікаційних технологій. Розроблено концептуальну модель управління інвестиційною діяльністю телекомунікаційного підприємства на основі економічної цінності, яка заснована на комплексному підході щодо застосування ціннісно-орієнтованого менеджменту та зацікавлених сторін, сформульовано конкретні принципи та детермінанти інвестиційної діяльності, впроваджено теоретичні та прикладні засади щодо формування, оцінки та моніторингу інвестиційної діяльності; економічна цінність інвестиційної діяльності за функціональними компонентами управління. Результати інтегральної оцінки економічної цінності інвестиційної діяльності телекомунікаційних підприємств дозволяють визначити позитивні тенденції її зростання на майбутнє, де орієнтація на технологічну перевагу і ефективність, формування ціннісних характеристик власників підприємств і користувачів послуг визначаються як провідні складові формування економічної цінності.*

Ключові слова: інвестиційна діяльність, телекомунікаційне підприємство, інформаційно-комунікаційні технології, економічна цінність, фактори інвестування.

Introduction. Under modern conditions, the general-global tendency of socio-economic development is the 4.0 industry, which is determined by business, politicians and scientists as a means of increasing the competitiveness of the industry through enhanced integration of cyberphysical systems into production. Already today Industry 4.0 is changing business conditions, production of goods and services, the processes of education and health care in developed countries, embracing and penetrating into all aspects of social life.

The concept of sustainable infocommunication development, active use of information and communication technologies (hereinafter — ICT) is at the heart of the national projects of advanced countries of the world, systematically making the transition to a digital economy.

The solution of this contradiction is to apply a complex of innovative approaches in the economy and management of the investment activities of the telecommunications company, their synthesis allows conducting investment activity of the telecommunications enterprise at a new qualitative level in practice which will provide both technical and economic development of the telecommunications enterprise in accordance with the new socio-economic requirements.

Thus, the scientific problem is the lack of the accumulated scientific knowledge about the formation of new scientific and applied approaches in the economy and management of investment activities of telecommunication enterprises creating opportunities for sustainable development of investment activities of the telecommunication enterprise, which is based on modern approaches to managing economic activities of the enterprise, experience of using new funds for financing instruments for investment activities, as well as taking into account the current conditions of operation and peculiarities of the activities of telecommunication companies related to the specifics of its organization and the created product.

The aim is to develop theoretical and methodological foundations and applied provisions of the investment activity management of the telecommunications enterprise on the basis of economic value.

Literature Survey. Interdisciplinary relations of the enterprise economy and financial management, which are tracked in the given conceptual concepts, have a direct impact on the substantiation of methods and tools of analysis, planning and organization of investment activity of the enterprise, which largely determine its successful implementation [4].

However, existing research of investment activity of the enterprise concentrates attention on some aspects, not providing a single vision of the role, tasks and results of investment activity at the enterprise.

To date, the issue of investment activity in the economic activity of the enterprise, where it is regarded as an integral phenomenon, remains insufficiently considered and researched, which is the root cause of the achievement of current and future activity results, the bearer of economic value, which is a source of formation of the value of the enterprise's economic activity and information driver which supports and develops it [3].

Taking into account the important role of investment activity of the enterprise, it becomes quite understandable feasibility and necessity of application of appropriate technologies and tools of strategic management, their implementation takes place in the framework of general approach to the management of economic activities of the enterprise [1]. It should be noted that methods, structure, functions and target reference point of the enterprise activity have undergone minor changes as a result of views evolution and change of approaches to management.

The object plane of the investment activity reveals the interdisciplinary links of its study on the basis of integration of the theory and practice of the enterprise economy, financial, investment and strategic management, anticipating its further study in the context of such areas as [7]: application of value-oriented management and stakeholder theory, system of balanced indicators; development of informational and analytical support of the enterprise economic activity; application of methods of economic analysis, financial planning and budgeting technologies; development of new and improvement of existing tools of investment activity management of the enterprise taking into account its peculiarities and role in formation of the final result of economic activity.

The study of theoretical and methodological aspects of investment activity in the context of value-based management will help in a more meaningful study of its further development. Therefore, the value-oriented management and stakeholder theory are the prospective areas which, in this research, are determined as the basis of the economic development and management of investment activities of the enterprise [5].

The theory of value-oriented management put forward the position on increasing the value of the enterprise for its owners and external investors, who, only in the case of satisfaction of business ownership, will invest and expand investment resources for the purpose of its further development [14].

Two components are at the heart of owners satisfaction. The first is ability of the enterprise to accumulate sufficient and possibly regular cash flows as a result of the activities. It receives the owner from

its possession [15]. The second, equally important component, is the gradual growth of the value of a business that provides an increase in the welfare of the owners in the future [11].

Simultaneously to the value-oriented management the stakeholders theory is developed, considering the purpose of the business as the creation and growth of its value for all parties interested in the activities of the enterprise (internal and external agents), which is called as stakeholders. Among the advantages of applying the stakeholder theory are:

- ensuring the importance of studying the environment [6];
- increase in the level of trust and loyalty of consumers of the enterprise [8];
- possibility to prevent publicity risk of damage;
- development of interaction and communication with society provides a potential increase in the social significance of the enterprise [13].

In turn, some disadvantages of the stakeholder theory can be highlighted [2]:

- stakeholders are focused on their own needs and do not pay attention to business affairs [12];
- taking into account the interests of all stakeholder groups transforms the purpose of the enterprise into a certain list in which some provisions may conflict with each other [9];
- it is possible to block certain areas of enterprise progress, especially those that conflict with the interests of some stakeholders [10].

Methods. The methodological basis of the work is a set of methods and techniques of scientific knowledge, including: dialectical and system approaches to the subject of research, as well as theoretical and empirical methods, the main of them are analogies, analysis, synthesis, used in determining the subject plane of the research of the investment activity of the enterprise and its place in economic activity; abstraction and concretization in formulating definitions of key concepts of investment activity value, carrying out decomposition of communication between them, development of structural and logical scheme of influence of investment activity on economic activity value of the enterprise for stakeholders; method of distance from the standard, expert methods — measuring the economic value of investment activity.

The information base of the research is analytical reports, data of annual reports of telecommunication enterprises, monographic researches and publications in periodicals on the researched subject, Internet resources, results of the author's own researches.

Results. The investment activity of the enterprise usually involves the simultaneous implementation of a certain set of investment decisions, which have different tasks for the development of the enterprise activity, require different amounts of investment, they are differentiated by the level and timing of im-

plementation. Such a wide range of characteristics requires the harmonization of the level of efficiency in investment decisions within the framework of targeted management units based on economic value.

In such circumstances, defining methodological provisions for the formation of the investment program based on value is a task that needs to be addressed in the scientific and practical fields.

The results of measuring and forecasting the economic value of investment activity of “Kyivstar”, “VF Ukraine” and “Ukrtelecom” are presented in the Tables 1–3.

According to the results of table 1 it can be concluded that the integrated estimation of Kyivstar has a high level (84%). It characterizes the high level of value, but given that most of the value

characteristics of the value standard are based on the data of this enterprise, the result indicates some problematic moments in the activity.

At the same time, according to experts, Kyivstar received an optimistic-positive forecast, which will result increase of the indicator of the integral assessment of the economic value of investment activity up to 92% at the expense of the forecast on the maintaining the achieved size of the subscriber base in 2021 and its further growth in 2022. The lowest scores were given by individual indicators of differentiation of financial security and growth of dividend payments. The latter is due to the fact that experts have pessimistic opinions about the possibility of maintaining further dividend growth in accordance with the achieved value and pace.

Table 1

Integral estimation and forecast of economic value of the investment activity of @ “Kyivstar”

Single indicators	The actual value of in 2021	The standardized value in 2021	Weight	Value in 2019 given the weight	Expert forecast for 2022	Forecast value for 2022 based on weight
1. Technology leadership	The leader in the number of stations 7139 units	1	UN	0,1	1	0,1
2. Profitability of investment capital (PIC)	39,5	0,9	0,04	0,036	0,9	0,036
3. The share of capital investing in income	16	1	0,04	0,04	1	0,04
4. Differentiation of financial position	13,1	0,1	0,05	0,005	0,60	0,03
5. Payback period	1.86 years	1	0,05	0,05	1	0,05
6. Differentiation of services	The best differentiation	1	0,09	0,09	1	0,09
7. Storage of the subscriber base	-100 thousand subscribers	0	0,05	0	1	0,05
8. Increase in the number of subscribers	-	0	0,05	0	0,75	0,0375
9. Increase ARPU	18%	1	0,04	0,04	0,9	0,036
10. Increase in Internet traffic	150	0,75	0,04	0,03	1	0,04
11. Tax payments	First place in the top payers in the field of communications	1	0,06	0,06	1	0,06
12. Supply volumes and dynamics	yes on 0.7%	1	0,04	0,04	1	0,04
13. Improving earnings	29%	1	0,08	0,08	1	0,08
14. Increase in dividend payments	176%	1	0,09	0,09	0,6	0,054
15. Competitiveness	54.5% of the Ukrainian mobile communications market	1	0,08	0,08	1	0,08
16. Economic value added (EVA)	4356 thous. UAH	1	0,1	0,1	1	0,1
Integral score	-	12,75	1	0,84	14,75	0,92

Source: author’s calculations on the basis of financial statements

The results of the integrated evaluation of “VF Ukraine” allow determining the main problematic aspects of the formation of the economic value of the investment activity of the enterprise — the level of efficiency of use of invested capital, differentiation of financial provision and value characteristics of users of services. Despite the low economic value of investment activity in 2021, experts predicted its growth for 2022, which first of all, in our opinion, is related to the size and level of efficiency of indicators in the previous periods. The lowest estimation was given by the indicator, the growth of the subscriber base, which shows the significant deficiencies in the marketing activity of the telecommunication enterprise.

The results of the integrated assessment of the economic value of Ukrtelecom’s investment activities

make it possible to determine that the enterprise has the lowest level of economic value and the worst but positive forecast. The indicators of subscriber base retention retained and gained zero value, increasing number of subscribers, increasing dividend payments and formation of the economic added value in 2021. This characterizes the low value for stakeholders “Service users” and “Business owners” as the most influential among all stakeholders. This demonstrates the urgent need for increased engagement with these stakeholder groups and value-oriented activity.

Table 4 presents the summary results of determining the integral indicator of economic value of investment activity of telecommunication enterprises of Ukraine in 2021 and its forecast, obtained expertly for 2022.

Table 2

Integral estimation and forecast of economic value of the investment activity of “VF Ukraine”

Single indicators	The actual value of in 2020	The standardized value in 2020	Weight	Value in 2020 given the weight	Expert forecast for 2021	Forecast value for 2021 based on weight
1. Technology leadership	6058 base stations	0,85	0,1	0,09	0,8	0,08
2. Profitability of investment capital (PIC)	10.6	0,25	0,04	0,01	0,5	0,02
3. The share of capital investing in income	21	1	0,04	0,04	1	0,04
4. Differentiation of financial position	13,5	0,00	0,05	0,00	0,50	0,025
5. Payback period	3,17	0,94	0,05	0,05	0,9	0,045
6. Differentiation of services	meets the possibilities of receiving services provided by Kyivstar	1	0,09	0,09	1	0,09
7. Storage of the subscriber base	-1100 thousand subscribers	0	0,05	0,00	1	0,05
8. Increase in the number of subscribers	-	0	0,05	0,00	0,2	0,01
9. Increase ARPU	17%	0,94	0,04	0,04	0,9	0,036
10. Increase in Internet traffic	200%	1	0,04	0,04	1	0,04
11. Tax payments	Second place in the top payers of the communication sphere 2439,1 thousand UAH	0,48	0,06	0,03	0,5	0,03
12. Supply volumes and dynamics	decrease 2%	0	0,04	0,00	1	0,04
13. Improving earnings	29%	1	0,08	0,08	0,8	0,064
14. Increase in dividend payments	Decrease on 29%	0	0,09	0,00	0,6	0,054
15. Competitiveness	36%	0,65	0,08	0,05	0,55	0,044
16. Economic value added (EVA)	-414,6 thousand UAH	0	0,1	0,00	0,4	0,04
Integral score	-	7,46	1	0,51	11,65	0,71

Source: author’s calculations on the basis of financial statements

The results show that the integral indicator of economic value is the highest in Kyivstar and is expected to further improve in 2022 according to the forecast. “VF Ukraine” received a low level of economic value due to the impact of negative value of economic added value in 2021 and a significant outflow of subscribers, but the forecast of experts is optimistic-positive. “Ukrtelecom” has the lowest level of economic value and the worst forecast, which remained positive due to the active technical development and the place occupied by the enterprise on the market. Consistency of experts’ opinions is estimated by the coefficient of variation; it’s value varies in the interval [7,5% ... 30%]. The highest consensus of experts’ opinions was obtained on the value characteristics of the owners, and the lowest one — on the state indicators.

The content and essence of the developed theoretical and methodological frameworks and applied provisions are aimed at creating opportunities for sustainable development of investment activity of the telecommunication enterprise on the basis of economic value, taking into account the current conditions of accelerated spread of ICT and digitization of the economy.

Discussion. The determinants of the investment activity of a telecommunication company are those determining levers that, if used in the aggregate, provide its economic value, providing for simultaneous growth of the economic effect of each invested hryvnia and the value characteristics of the activity for stakeholders. According to the results of the conducted researches such determinants indicated —

Table 3

Integral estimation and forecast of economic value of the investment activity of “Ukrtelecom”

Single indicators	The actual value of in 2020	The standardized value in 2021	Weight	Value in 2021 given the weight	Expert forecast for 2022	Forecast value for 2022 based on weight
1. Technology leadership	active implementation of m technologies in case of the presence of outdated base	0,85	0,1	0,085	0,8	0,08
2. Profitability of investment capital (PIC)	4,1	0,1	0,04	0,004	0,2	0,008
3. The share of capital investing in income	10	0,62	0,04	0,025	0,6	0,024
4. Differentiation of financial position	13	0,05	0,05	0,0025	0,10	0,005
5. Payback period	2,09	1	0,05	0,05	1	0,05
6. Differentiation of services	leader in fixed line nomenclature	1	0,09	0,09	1	0,09
7. Storage of the subscriber base	reduction of subscribers on 12%	0	0,05	0	0	0
8. Increase in the number of subscribers	-	0	0,05	0	0	0
9. Increase ARPU	15%	0,83	0,04	0,033	0,85	0,034
10. Increase in Internet traffic	12%	0,06	0,04	0,002	0,3	0,012
11. Tax payments	2008 thous. UAH	0,40	0,06	0,024	0,5	0,03
12. Supply volumes and dynamics	increase on 9%	1	0,04	0,04	1	0,04
13. Improving earnings	increase on 20%	1	0,08	0,08	1	0,08
14. Increase in dividend payments	There are no payments	0	0,09	0	0	0
15. Competitiveness	45% in the fixed communication and internet segments	0,82	0,08	0,066	0,8	0,064
16. Economic value added (EVA)	-879.8 thousand UAH	0	0,1	0	0	0
Integral score	-	7,73	1	0,50	8,15	0,52

Source: author’s calculations on the basis of financial statements

Table 4

Summary results of the integrated evaluation of the economic value of the investment activity of telecommunication enterprises of Ukraine

Enterprise	Standardized value in 2021	Value given the weight in 2021	Expert forecast for 2022	Forecast value for 2022 given the weight
“Kyivstar”	12,75	0,84	14,75	0,92
“VF Ukraine”	7,46	0,51	11,65	0,71
“Ukrtelecom”	7,73	0,50	8,15	0,52

Source: author's calculations on the basis of financial statements

investments in creation of additional services for consumers, which determine the directions of operating activity diversification; capital investment facilities producing technological leadership; formation of financial support of investment activity from alternative value-oriented sources; justification of investment decisions taking into account the value characteristics of stakeholders.

Logical links between results and objects of investment activity of the enterprise in relation to changes occurring in the economic activity of the enterprise and manifested in certain indicators are depicted as a scheme of influence of investment activity on the value of economic activity of the enterprise for stakeholders, where the objects of investment as investment drivers of new added value creation, they form specific characteristics for different stakeholder groups of the telecommunication enterprise.

Research of the quality of the investment driver for the introduction of 3G technologies by Ukrainian telecommunication companies allowed identifying the following trends: acceleration of revenues growth of telecommunication enterprises due to a significant (over 100%) increase in the use of mobile traffic, which influenced the revenue growth from mobile data transmission and ARPU, grow of the subscriber base in two of the three largest mobile operators in Ukraine. In particular, the results show that the investment driver “3G Implementation” has allowed the enterprise of “VF Ukraine” to move to a new stage of activity development, to increase the value of its activity in the market as a result of the positive impact of the investment decision on the main value characteristics by stakeholder groups.

Increase of the volume of the economic added value of a telecommunications company is possible provided that a subscriber base is created which is larger in number of subscribers than it is necessary to obtain its minimum size. Therefore, an important aspect for a telecommunication company is determining the threshold volume of the subscriber base, its excess provides an increase of the volume of the economic value added without additional capital and operating costs for the network, since the main cost activity, in this case, becomes marketing, which provides the creation of a subscriber base telecom-

munication enterprise, under close operational and technological conditions, on the basis of effective pricing policy with the use of modern means of services provision.

Further development of the model of the investment program formation of the enterprise allowed formulating an improved model, which, unlike the existing one, assumes consideration of the value aspects of the investment activity of the enterprise and it is based on the following main provisions: investment program of the enterprise with the determined selling duration accept projects that in case of common selling, generate a net cash flow that ensures the creation of economic added value at the maximum permissible level of risk; the cost of the investment program by investment volume may not exceed the amount of financial resources available to the enterprise during the implementation of the program. The amount of available financial resources depends on the financial condition of the enterprise during the implementation of the investment program.

Conclusion. Within the study of the specifics of the economic activity of a telecommunication enterprise on the ability to generate economic added value, specific economic factors of the operational activity of the telecommunication enterprise were determined, namely: subscriber base, means of services promotion, pricing policy, average level of income from one subscriber, which collectively characterize various value characteristics of operational activities for stakeholder. The subscriber base, which characterizes the number of users of telecommunication services for a certain period of time, is defined as a basic specific economic factor of operating activity, which synthesizes several important value characteristics, namely — demand for enterprise services from users; production capacity, determining the ability of an enterprise to serve a certain number of subscribers on an ongoing basis; the scale of the enterprise's activity in the country's telecommunications services market, as well as ability to use a scale effect that allows obtaining greater economic added value for approximately the same revenue per a subscriber and less capital burden on income.

The model's improvement is based on the synthesis of key indicators of time value concepts and

value-oriented management. As a result, the formulated model of the investment program of the enterprise based on value allows making investment decisions that have high priority, but they are not able to provide value added creation in the first years after implementation, to determine the total amount of annual economic value added from the investment activity of the enterprise, the total level efficiency of capital invested in the enterprise.

The economic value of the investment activity of the telecommunication enterprise as an internal characteristic of its economic activity is studied through the characteristics of the status and efficiency of realization of the investment activity it is estimated by the development indicators of the economic activity results of the telecommunication enterprise in the value chain creation. Characteristics of the economic value of the investment activity for a telecommunication enterprise are largely reflected in value indicators such as net investment, share of capital investment in net income, capital efficiency return on invested capital. The results of economic development of a telecommunication company are characterized by an increase in ARPU, net income and efficiency, growth in assets, the formation of net cash flow and economic added value. The specifics of the telecommunication enterprise are reflected in such operational indicators of de-

velopment as increase of subscriber base, increase of traffic of Internet consumption or voice traffic, changes in the structure of traffic characterizing changes which have occurred due to improvement of quality of services provision, expansion of their nomenclature, etc.

The results of the integrated assessment of the economic value of the investment activity of Ukrainian telecommunication companies make it possible to determine that the integral indicator is the highest in “Kyivstar”. “VF Ukraine” received a low level of economic value due to the impact of negative value of economic added value in 2021 and a significant outflow of subscribers, but the forecast of experts is optimistic-positive. “Ukrtelecom” has the lowest level of economic value and the worst forecast, which remained positive due to the active technical development and the place occupied by the enterprise on the market. Consistency of experts’ opinions is estimated by the coefficient of variation; it’s value varies in the interval [7,5% ... 30%]. The general positive tendency in the forecast of economic value of the investment activity of telecommunication enterprises was noted, where the leading components of its formation are orientation to technological leadership and efficiency, formation of value characteristics of business owners and users of services.

References

1. Badri H., Ghomi S.F., & Hejazi T.H. (2017). A two-stage stochastic programming approach for value-based closed-loop supply chain network design. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 105, 1–17. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1366554517302053>
2. Blendinger G., & Michalski G. (2018). Long-term competitiveness based on value added measures as part of highly professionalized corporate governance management of German DAX 30 corporations. *Journal of Competitiveness*, 10(2), 5. URL: <https://search.proquest.com/openview/804f895ba56a3ec9447a395ff00c72fc/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1576352>
3. Cordes J.J. (2017). Using cost-benefit analysis and social return on investment to evaluate the impact of social enterprise: Promises, implementation, and limitations. *Evaluation and program planning*, 64, 98–104. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0149718916302579>
4. Eckert J., & Gatzert N. (2018). Risk-and value-based management for non-life insurers under solvency constraints. *European Journal of Operational Research*, 266(2), 761–774. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0377221717309438>
5. Firk S., Schmidt T., & Wolff M. (2019). Exploring Value-Based Management Sophistication: The Role of Potential Economic Benefits and Institutional Influence. *Contemporary Accounting Research*, 36(1), 418–450. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/1911-3846.12402>
6. Franchetti J., & Page S.J. (2017). Entrepreneurship and innovation in tourism: Public sector experiences of innovation activity in tourism in Scandinavia and Scotland. In *Tourism and Entrepreneurship* (pp. 125–148). Routledge. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/e/9780080942728/chapters/10.4324%2F9780080942728-16>
7. Grimm M., Hartwig R., & Lay J. (2017). Does forced solidarity hamper investment in small and micro enterprises?. *Journal of Comparative Economics*, 45(4), 827–846. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0147596716300336>
8. Langner A., Irauschek F., Perez S., Pardos M., Zlatanov T., Öhman K., ... & Lexer M.J. (2017). Value-based ecosystem service trade-offs in multi-objective management in European mountain forests. *Ecosystem services*, 26, 245–257. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2212041617301444>

9. Narula R., & Pineli A. (2017). Multinational enterprises and economic development in host countries: What we know and what we don't know. In *Development finance* (pp. 147–188). Palgrave Macmillan, London. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1057/978-1-137-58032-0_6
10. Rossi M., Festa G., Solima L., & Popa S. (2017). Financing knowledge-intensive enterprises: evidence from CVCs in the US. *The Journal of Technology Transfer*, 42(2), 338–353. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-016-9495-2>
11. Srinivasan R., & Parlikad A.K. (2020). An approach to value-based infrastructure asset management. In *Value Based and Intelligent Asset Management* (pp. 123–138). Springer, Cham. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-20704-5_6
12. Töytäri P., Keränen J., & Rajala R. (2017). Barriers to implementing value-based pricing in industrial markets: A micro-foundations perspective. *Journal of Business Research*, 76, 237–246. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296317300115>
13. Trianni A., Cagno E., Marchesani F., & Spallina G. (2017). Classification of drivers for industrial energy efficiency and their effect on the barriers affecting the investment decision-making process. *Energy Efficiency*, 10(1), 199–215. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12053-016-9455-6>
14. Vercellini P., Facchin F., Buggio L., Barbara G., Berlanda N., Frattaruolo M.P., & Somigliana E. (2018). Management of endometriosis: toward value-based, cost-effective, affordable care. *Journal of Obstetrics and Gynaecology Canada*, 40(6), 726–749. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1701216317306849>
15. Zerfass A., & Viertmann C. (2017). Creating business value through corporate communication: A theory-based framework and its practical application. *Journal of Communication Management*, 21(1), 68–81. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JCOM-07-2016-0059/full/html>

Vinnytska Oksana

*PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Finance, Accounting and Economic Security
Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University*

Вінницька Оксана Анатоліївна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
ORCID: 0000-0001-6402-6451*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8816

TAX MANAGEMENT OF UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES

ПОДАТКОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Summary. The directions of tax management of the united territorial communities are analyzed in the context of the budgetary decentralization. It is determined that the basis of a financially-economically developed and socially stable country is independent and financially independent territorial communities. After all, only they have all the necessary resources to create a high-quality and full-fledged provision of public services to the population and business. The administration of local taxes and fees is an important issue that needs to be addressed at the legislative level in order to increase the fiscal efficiency of the budgets of territorial communities.

It is substantiated that the priority in creating an effective tax management of territorial communities in the context of decentralization and ensuring their financial sustainability lies in the plane of improving tax policy in order to form a stable revenue base for local budgets, delineate powers between the center and regions, and justify the costs of territorial communities.

It has been established that the introduction of a policy of budgetary decentralization laid the foundation for strengthening the financial independence of territorial communities and increasing the financial self-sufficiency of local government budgets at the primary level.

It has been established that the achievement of the efficiency of tax management of territorial communities in the context of decentralization requires a review of problems at the state level through equalizing inequality in budgetary regulation, stabilizing the market environment, improving the quality of life and activating the activities of the territorial communities themselves in order to ensure the solution of problems of a socio-economic nature, to determine real opportunities for financial and economic support, distribution and use of income.

Key words: tax management, budgetary decentralization, local budget, local taxes and fees, local governments.

Анотація. Проаналізовано напрями податкового менеджменту об'єднаних територіальних громад у контексті бюджетної децентралізації. Визначено, що основою фінансово-економічно розвиненої та соціально стабільної країни є самостійні та фінансово незалежні територіальні громади. Адже тільки вони мають усі необхідні ресурси для створення якісного та повноцінного надання комунальних послуг населенню та бізнесу. Адміністрування місцевих податків і зборів є важливим питанням, яке потребує вирішення на законодавчому рівні з метою підвищення фіскальної ефективності бюджетів територіальних громад.

Обґрунтовано, що пріоритет у створенні ефективного податкового менеджменту територіальних громад в умовах децентралізації та забезпечення їх фінансової стійкості лежить у площині вдосконалення податкової політики з метою формування стабільної дохідної бази місцевих бюджетів, розмежування повноважень між центром та регіонів, обґрунтувати витрати територіальних громад.

Встановлено, що запровадження політики бюджетної децентралізації заклало основу для посилення фінансової самостійності територіальних громад та підвищення фінансової самогостатності бюджетів місцевого самоврядування на первинному рівні.

Охарактеризовано, що досягнення ефективності податкового менеджменту територіальних громад в умовах децентралізації потребує перегляду проблем на державному рівні шляхом вирівнювання нерівності у бюджетному регулюванні,

стабілізації ринкового середовища, підвищення якості життя та активізації діяльності самих територіальних громад з метою забезпечення вирішення проблем соціально-економічного характеру, визначення реальних можливостей фінансово-економічного забезпечення, розподілу та використання доходів.

Ключові слова: податковий менеджмент, бюджетна децентралізація, місцевий бюджет, місцеві податки та збори, органи місцевого самоврядування.

Formulation of the problem. The sustainable development of the country depends on the level of filling of its budget through various payments, the largest share of which is tax revenues. In the face of challenges, Russia's military aggression against Ukraine, it becomes clear that the financial issues of local self-government require significant clarification and adjustment. This is due, in particular, to the fact that the revenue side of the budgets in territorial communities has not been reviewed since the process of decentralization began. Instead, the spending authority had an annual increase. Financial and economic decentralization is one of the most successful reforms that have been fairly effectively implemented in Ukraine. Since budgetary decentralization is designed to strengthen the viability of territorial communities and increase the level of socio-economic development of regions, the legislation of Ukraine provides for an increase in the income and powers of territorial communities united under this reform.

Taking into account the current crisis situation in the country and with the growth of the level of the shadow economy, the problem of filling the budget becomes the most important. In the process of budgetary decentralization, it is important to ensure a clear delineation of powers, responsibilities of authorities at different levels and increase the volume of own revenues of the budgets of territorial communities, and the main strategic task of implementing budgetary decentralization should continue to be the economic development of administrative-territorial units. But, at the same time, a significant number of problems regarding the vision of the further development of the tax management of territorial communities in the context of decentralization remain insufficiently disclosed.

Analysis of recent research and publications. The study of the problems of decentralization of the united territorial communities and issues of tax management has become the subject of research in the works of many scientists, in particular: Adamov D. V. [1], Vozniak H. M. [4], Melnyk O. I. [6], Polzikova H. V. [8], Storonianska I. Z. [14], Uliutin D. [16]. Nevertheless, this topic continues to be relevant and requires further research from both theoretical and practical points of view.

Formulation of the objectives of the article (statement of the problem). The purpose of the article is to study the tax management of the united territorial communities in conditions of decentralization.

Presentation of the main material. The decentralization reform, launched in Ukraine in 2015, involves the creation of united territorial communities (UTC), which are formed and developed in difficult economic, legal and organizational conditions. This necessitates the involvement of scientists to identify and generalize current problems and obstacles, develop proposals on ways and methods for their effective solution, prevention and timely elimination.

The Law of Ukraine "On Local Self-Government in Ukraine" provides for the existence of an alternative form of state taxation: self-taxation — a form of attracting on a voluntary basis, by decision of a meeting of citizens at the place of residence, the funds of the population of the corresponding territory to finance one-time targeted social and domestic activities [13]. As G. Polzikova notes, the purpose of the reform of local self-government is, first of all, to ensure its ability to independently, at the expense of its own resources, solve issues of local importance. We are talking about endowing territorial communities with more resources and mobilizing their internal reserves [9]. It is worth noting that the revenues of the general fund of local budgets are formed from tax revenues, administrative services, etc. This fund is also filled by communal property enterprises founded by the relevant councils. Separate fines and penalties for violations committed on the territory of a particular administrative-territorial unit fill local budgets — rural, settlement, city or the budgets of the united territorial communities" [7].

General indicators of the budget of the territorial communities of Ukraine are presented in Table 1.

The above financial indicators reflect the most significant areas of financial and budgetary activities of communities and provide an opportunity to analyze financial indicators, identify cause-and-effect relationships between the level of development of social and industrial infrastructure, the entrepreneurial and resource potential of the territory, demographic factors, etc. [7].

It should be noted that the visualized indicators of the implementation of the budgets of territorial communities in terms of income, expenditure and transfers are a new tool for budget analytics at the local level.

In turn, in the context of decentralization, it is advisable to consider tax management as a system for organizing tax relations, implementing certain steps to ensure budgetary autonomy, financial independence of territorial communities in order to

Table 1

Indicators of the combined budget of territorial communities of Ukraine

Income	
Articles	Units
Income (general and special fund)	245,62 billion hryvnias
Receipts (General Fund)	242,87 billion hryvnias
Local taxes and fees (general fund)	72,52 billion hryvnias
Land fee (general fund)	30,01 billion hryvnias
Profitability of community lands (general fund)	54,09 thousand hryvnias
Fiscal return of the territory (general fund)	431,81 thousand hryvnias
Area of communities (s)	554,74 thousand sq. km
Population of communities (s)	36,13 million people
Income per 1 inhabitant (general fund)	6,72 thousand hryvnias
Expenses	
Expenditure (general fund)	307,29 billion hryvnias
Housing expenses (general fund)	39,55 billion hryvnias
Education Expenditures (general fund)	178,99 billion hryvnias
Cultural spending (general fund)	10,38 billion hryvnias
Sports expenses (general fund)	4,91 billion hryvnias
Capital expenditures (special fund)	61,87 billion hryvnias
Costs per resident (general fund)	8,51 thousand hryvnias
Transfers	
Basic grant (general fund)	13,67 billion hryvnias
Reserve grant (general fund)	8,99 billion hryvnias
Official transfers (general fund)	112,23 billion hryvnias
Basic subsidy per 1 resident (general fund)	378,26 hryvnias
Reverse grant for 1 resident (general fund)	248,89 hryvnias
Transfers per 1 resident	3,11 thousand hryvnias

Source: [2]

redistribute financial resources, as well as provide stable sources of formation of the revenue side of local budgets.

The priority in creating an effective tax management of territorial communities in the context of decentralization and ensuring their financial sustainability lies in improving tax policy in order to form a stable revenue base for local budgets, delineate powers between the center and regions, and justify the level of expenditures of territorial communities. One of the directions of its solution is the development of a system of control measures, which will be based on the methods of tax control, allowing the tax authorities to control the level of payment of taxes and fees by payers.

The formation of effective tax management by territorial communities can significantly contribute to the improvement of management methods, increase the profitability of production in the context of decentralization, strengthen commercial settlements as the basis for a stable financial and economic condition and stable operation of economic entities and the fulfillment of their obligations [9, p. 50]. Figure 1 shows the structure of tax payments of territorial communities in the context of decentralization.

The main tasks that are supposed to be implemented within the framework of the functioning of territorial communities in terms of their budgetary decentralization:

- revision and definition of the list of own and delegated powers;
- expansion of the financial base of local governments;
- transition to a system of targeted transfers aimed at compensating the expenses of local governments as a result of their performance of delegated functions;
- introduction of the maximum level of transparency in the use of budgetary funds by local governments.

Providing the united territorial communities in the context of decentralization with financial and economic resources occurs by including in the budgets of these communities revenues in the form of mandatory national and local tax payments, which form a significant share of the own revenues of the budgets of the united territorial communities, while a small part is non-tax revenues and proceeds from the implementation of transactions with capital, as well as a significant share belongs to transfers [14].

The institutional subjects of the tax management of territorial communities in the context of

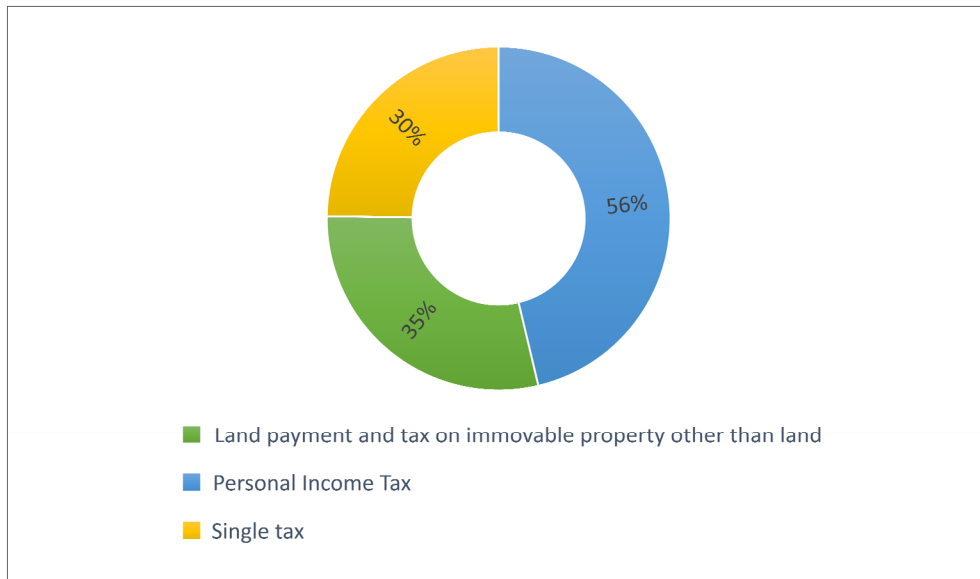


Fig. 1. The structure of tax payments of united territorial communities in conditions of decentralization

decentralization are local governments that establish local taxes and fees [8, p. 237].

The importance of tax management is growing in the context of the adoption of Ukrainian laws on amendments to the Budget and Tax Code of Ukraine in terms of decentralization of finances, strengthening the material and financial basis of territorial communities. Decisions of local governments on issues of local taxes and fees, adopted in accordance with the rules established by the Tax Code of Ukraine, are part of the tax legislation of Ukraine. Local taxes include: property tax; single tax. Local fees include: vehicle parking fee; tourist tax. Local councils must establish a single tax and a property tax (in terms of transport tax and land fees) [10].

The decentralization of budgetary relations has led to an increase in the interest of local governments in increasing the volume of revenues to the budgets of the united territorial communities by searching for and implementing measures to identify reserves for their growth, as well as increasing the volume of revenues to the budgets of the united territorial communities and the effectiveness of administration in the context of national and local taxes and mandatory fees [4]. But the establishment of local taxes and fees that are not provided for by the Tax Code is prohibited. The transfer of local taxes and fees to the relevant local budgets is carried out in accordance with the Budget Code of Ukraine [11]. It should be noted that for the Ministry of Finance, the priority in reforming the public financial management system is budgetary decentralization and the financial viability of territorial communities. Thus, in particular, the new Strategy for Reforming the Public Financial Management System for 2022–2025, approved by the Government at the end of 2021, already provides for a number

of comprehensive changes and new approaches, in particular:

- full implementation of medium-term budget planning and further development of its program-target method at the local level;
- improving the management of local debt and fiscal risks of local budgets;
- clear delineation of powers between central authorities and local governments;
- improvement of the budget equalization system;
- increase in own financial resources of local governments (including revision of approaches to the transfer of personal income tax);
- creation of an effective model of financial control over local budgets;
- definition of clear performance indicators of the State Regional Development Fund [16].

The budgets of local communities are the basic system-forming element of the state system and an instrument for the implementation of social policy. Based on the resources of local governments, concentrated in local budgets, financial and economic support is provided for about 70% of the costs of the social sphere [6]. The budgets of the united territorial communities are essentially identical to local budgets.

Particular attention in terms of an effective solution requires the issue of fair crediting of personal income tax to the budgets of communities, which after the change in 2021. the administrative-territorial system has acquired particular relevance. Today, in the structure of incomes of the general fund of local budgets, personal income tax occupies more than 60% and is the main budget-forming tax for local budgets, and therefore requires a balanced model of its distribution [16].

Significant changes in the use of funds of territorial communities occurred as a result of Russia's

military aggression against Ukraine. Thus, in order to promptly and effectively make managerial decisions during the martial law imposed by the Decree of the President of Ukraine dated February 24, 2022 No. 64 “On the introduction of martial law in Ukraine” [15], “Some Issues of the Formation and Implementation of Local Budgets in the Period of Martial Law” [12], it is determined that, at the suggestion of local financial authorities, the decision to amend decisions on local budgets is made by the executive committees of the respective local councils.

According to the norms of the Law of Ukraine “On Amendments to the Laws of Ukraine “On Central Executive Bodies” [5] and “On the Legal Regime of Martial Law” during the period of martial law, the head of the rural, settlement, city head of the territorial community, on the territory of which hostilities are not conducted and a decision has not been made on the formation of a military administration of settlements, solely for the implementation of measures of the legal regime of martial law, it can make a decision with the obligatory informing of the head of the relevant regional military administration within 24 hours regarding the introduction of changes to the local budget.

The implementation of the decentralized principle in tax management in the context of the development of the single tax institution is associated with the determination of the actual forms and degree of decentralization at each individual stage of its implementation. In the absence of the current correction of the actual state of the implementation of the decentralization policy, a shift in the emphasis on the implementation of the next stages of this process may occur. In this case, there is a possibility of falling into the trap of a discrepancy between the tax base of the territorial community and the public expenditures of the community. Due to the lack of funds, the territorial community may become financially dependent on the state budget, and in the presence of restrictions and procedures, it has every chance to miss the favorable opportunities of the current state of the market for financial and credit support for small businesses. The effectiveness of

the decentralized principle in tax management in the context of the development of the single tax institution is also significantly influenced by the level of qualification and independence of the central government, which has the political will and resources to resist the opportunistic manifestations of the actions of the authorities of the territorial communities. Having received relative freedom of power of territorial communities through the establishment of a system of incentives, benefits and punishments within the framework of the tax legislation of the country, it is advisable to form a tax mechanism for the development of small businesses based on the motivation of their rational fiscal behavior, which within each territorial society will have a unique set of tools for practical implementation [1, p. 36–37].

Summing up the above, it should be noted that the introduction of a policy of budgetary decentralization laid the foundation for strengthening the financial independence of territorial communities and increasing the financial self-sufficiency of local government budgets at the primary level.

Conclusions. As a result, we note that the basis of a financially-economically developed and socially stable country, characterized by a high level of democracy, are independent and financially independent territorial communities. After all, only they have all the necessary resources to create a high-quality and full-fledged provision of public services to the population and business. The administration of local taxes and fees is an important issue that needs to be addressed at the legislative level in order to increase the fiscal efficiency of the budgets of territorial communities.

Achieving the effectiveness of the tax management of territorial communities in the context of decentralization requires a review of problems at the state level through equalizing inequality in budgetary regulation, stabilizing the market environment, improving the quality of life and revitalizing the activities of the territorial communities themselves in order to ensure the solution of problems of a socio-economic nature, to determine real opportunities financially — economic support, distribution and use of income.

Literature

1. Адамов Д. В. Децентралізований принцип податкової системи: стан та перспективи розвитку інституту єдиного податку. Аспекти публічного управління. 2018. Т. 6. № 4. С. 32–38.
2. Бюджети територіальних громад України: опублікована версія інформаційно-аналітичного дашборду. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/14281> (дата звернення: 24.04.2023)
3. Вінницька О. А., Корнієнко Т. О., Чвортко Л. А. Місцеві податки як джерело доходів місцевих бюджетів. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2021. № 11. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/1636987883209.pdf> (дата звернення: 24.04.2023)
4. Возняк Г. М. Бюджетна політика розвитку регіонів України: сучасна парадигма та орієнтири подальших реформ: монографія. Львів: ДУ «Інт регіон. дослідж. ім. М. І. Долішнього НАН України», 2016. 519 с.

5. Про внесення змін до Законів України «Про центральні органи виконавчої влади: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/795-18#Text> (дата звернення: 21.04.2023)
6. Мельник О.І. Перспективні напрями фінансового забезпечення розвитку об'єднаних територіальних громад. Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання. 2019. Вип. 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2019/161.pdf (дата звернення: 21.04.2023)
7. Місцеві бюджети. URL: <https://decentralization.gov.ua/finance/dashboard>. (дата звернення: 21.04.2023)
8. Ползківа Г.В. Податковий менеджмент як ієрархічна система: діалектика взаємозв'язку механізмів. Вісник ДДМА. 2015. № 1(34). С. 234–240.
9. Ползківа Г.В. Механізми регіонального податкового менеджменту в умовах децентралізації влади в Україні. Інвестиції: практика та досвід. Економічна наука. 2016. № 22. С. 49–53.
10. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи: Закон України від 28.12.2014 № 71 #VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/71-19#Text> (дата звернення: 17.04.2023)
11. Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо реформи міжбюджетних відносин: Закон України від 01.01.2017 № 79-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/79-19#Text> (дата звернення: 20.04.2023)
12. Деякі питання формування та виконання місцевих бюджетів у період воєнного стану: Постанова Кабінету Міністрів України від 11.03.2022 № 252. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/252-2022-%D0%BF#Text> (дата звернення: 25.04.2023)
13. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21.05.1997 р. № 280/97 ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 19.04.2023)
14. Сторонянська І.З. Міжрегіональні інтеграційні процеси в Україні: тенденції та перспективи розвитку: монографія. Львів: ІПД НАН України, 2019. 392 с.
15. Про введення воєнного стану в Україні: Указ Президента України від 24.02.2022 № 64. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/64/2022#Text> (дата звернення: 17.04.2023)
16. Улютин Д. Для Міністерства фінансів бюджетна децентралізація та фінансова спроможність територіальних громад є пріоритетним напрямом. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/denis-ulyutin-dlya-ministerstva-finansiv-byudzhethna-decentralizaciya-ta-finansova-spromozhnist-teritorialnih-gromad-ye-prioritetnim-napryamom> (дата звернення: 05.04.2023)

References

1. Adamov D.V. Detsentralizovani pryntsyp podatkovoi systemy: stan ta perspektyvy rozvytku instytutu yedynoho podatku. Aspekty publichnoho upravlinnia. 2018. Т. 6. № 4. С. 32–38.
2. Biudzhety terytorialnykh hromad Ukrainy: opublikovana versiia informatsiino-analitychnoho dashbord. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/14281> (date of access: 24.04.2023)
3. Vinnytska O.A., Korniienko T.O., Chvertko L.A. Mistsevi podatky yak dzherelo dokhodiv mistsevykh biudzhethiv. Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal "Internauka". Serii: "Ekonomichni nauky". 2021. № 11. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/1636987883209.pdf> (date of access: 24.04.2023)
4. Vozniak H.M. Biudzhethna polityka rozvytku rehioniv Ukrainy: suchasna paradyhma ta oriientyry podalshykh reform: monohrafiia. Lviv: DU "Int rehion. doslidzh. im. M.I. Dolishnoho NAN Ukrainy", 2016. 519 s.
5. Pro vnesennia zmin do Zakoniv Ukrainy "Pro tsentralni orhany vykonavchoi vlady: Zakon Ukrainy. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/795-18#Text> (date of access: 21.04.2023)
6. Melnyk O.I. Perspektyvni napriamy finansovoho zabezpechennia rozvytku ob'iednanykh terytorialnykh hromad. Efektyvna ekonomika: elektronne naukove fakhove vydannia. 2019. Vyp. 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2019/161.pdf (date of access: 21.04.2023)
7. Mistsevi biudzhety. URL: <https://decentralization.gov.ua/finance/dashboard>. (date of access: 21.04.2023)
8. Polzikova H.V. Podatkovyi menedzhment yak iierarkhichna systema: dialektyka vzaiemozv'iazku mekhanizmiv. Visnyk DDMA. 2015. № 1(34). С. 234–240.
9. Polzikova H.V. Mekhanizmy rehionalnoho podatkovoho menedzhmentu v umovakh detsentralizatsii vlady v Ukraini. Investytsii: praktyka ta dosvid. Ekonomichna nauka. 2016. № 22. С. 49–53.
10. Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo podatkovoi reformy: Zakon Ukrainy vid 28.12.2014 № 71 #VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/71-19#Text> (date of access: 17.04.2023)
11. Pro vnesennia zmin do Biudzhethnoho kodeksu Ukrainy shchodo reformy mizhbiudzhethnykh vidnosyn: Zakon Ukrainy vid 01.01.2017 № 79-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/79-19#Text> (date of access: 20.04.2023)
12. Deiaki pytannia formuvannia ta vykonannia mistsevykh biudzhethiv u period voiennoho stanu: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 11.03.2022 № 252. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/252-2022-%D0%B-F#Text> (date of access: 25.04.2023)

13. Pro mistseve samovriaduvannia v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 21.05.1997 r. № 280/97 VR. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text> (date of access: 19.04.2023)

14. Storonianska I.Z. Mizhrehionalni intehratsiini protsesy v Ukraini: tendentsii ta perspektyvy rozvytku: monohrafiia. Lviv: IRD NAN Ukrainy, 2019. 392 s.

15. Pro vvedennia voiennoho stanu v Ukraini: Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 24.02.2022 № 64. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/64/2022#Text> (date of access: 17.04.2023)

16. Uliutin D. Dlia Ministerstva finansiv biudzhetna detsentralizatsiia ta finansova spromozhnist terytorialnykh hromad ye priorytetnym napriamom. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/denis-ulyutin-dlya-ministerstva-finansiv-byudzhetna-decentralizaciya-ta-finansova-spromozhnist-teritorialnih-gromad-ye-priorytetnim-napryamom> (date of access: 05.04.2023)

Боднар Роман Олегович*аспірант**Львівського державного університету**фізичної культури імені Івана Боберського***Bodnar Roman***Postgraduate Student of the**Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Boberskyj*

ORCID: 0009-0008-3712-2796

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8764

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ СФЕРИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

INFORMATION TECHNOLOGIES IN ENTERPRISE MANAGEMENT IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

Анотація. У статті розкрито особливості управління підприємством індустрії гостинності засобами інформаційних технологій. Встановлено, що широке впровадження інформаційних технологій обробки та передачі інформації дасть можливість створювати сучасні та зручні послуги для споживачів підприємств індустрії гостинності. Виявлено, що вплив інформаційних технологій на розвиток підприємств індустрії гостинності є важливим, оскільки безпосередньо пов'язаний з підвищенням ефективності роботи як кожного підприємства, так і індустрії гостинності в цілому. Визначено, що використання інформаційних технологій є необхідною умовою функціонування сучасних підприємств індустрії гостинності, оскільки забезпечує точність, оперативність, швидку обробку та передачу інформації. З'ясовано, що використання інформаційних технологій у діяльності підприємств індустрії гостинності є економічно доцільним і ефективним, тому що це сприяє додатковим продажам і економії коштів, покращенню процесів обслуговування, конкурентним перевагам на ринку. Визначено, що сучасна індустрія гостинності значною мірою використовує новітні інформаційні технології, такі як глобальні комп'ютеризовані системи бронювання, інтегровані телекомунікаційні мережі, мультимедійні системи та інформаційні системи управління. Встановлено, що інформаційні технології дозволяють ефективно керувати підприємствами будь-якого розміру, від невеликих підприємств до великих комплексів індустрії гостинності. Визначено, що впровадження інформаційних технологій є ключовою основою для забезпечення ефективності, сталого розвитку та конкурентоспроможності діяльності підприємств індустрії гостинності. Запропоновано у перспективі наступних розвідок провести комплексне розкриття особливостей впровадження інноваційних технологій в управлінні підприємствами індустрії гостинності.

Ключові слова: інформаційні технології, підприємство, управління, інновації, індустрія гостинності.

Summary. The article reveals the peculiarities of management of the enterprise of the hospitality industry by means of information technologies. It has been established that the wide implementation of information technologies for processing and transmitting information will provide an opportunity to create modern and convenient services for consumers of hospitality industry enterprises. It was found that the impact of information technologies on the development of hospitality industry enterprises is important, as it is directly related to the improvement of the efficiency of both each enterprise and the hospitality industry as a whole. It was determined that the use of information technologies is a necessary condition for the functioning of modern enterprises in the hospitality industry, as it ensures accuracy, efficiency, quick processing and transfer of information. It was found that the use of information technologies in the activities of hospitality industry enterprises is economically feasible and effective, because it contributes to additional sales and cost savings, improvement of service processes, competitive advantages in the market. It has been determined that the modern hospitality industry makes extensive use of the latest information technologies, such as global computerized reservation systems, integrated telecommunication networks, multimedia systems, and management information systems. It has been established that information technologies allow to effectively manage enterprises of any size, from small enterprises to large complexes of the hospitality industry. It was determined that the implementation of information technologies is the key basis for ensuring the efficiency, sustainable development and competitiveness of the enterprises of the hospitality industry. It is proposed to carry out a comprehensive disclosure of the features of the implementation of innovative technologies in the management of enterprises of the hospitality industry in the perspective of the following investigations.

Key words: information technology, enterprise, management, innovation, hospitality industry.

Постановка проблеми. Сьогодні індустрія гостинності є провідним видом економічної діяльності, що вимагає покращення інформаційного забезпечення діяльності підприємств цієї сфери. У той час як нині в системі індустрії гостинності ефективно працюють економічно освічені суб'єкти господарювання, на ринок послуг активно виходять нові інноваційні підприємства. Останнє демонструє конкурентну перевагу таких підприємств за рахунок впровадження передових сервісних технологій, використання інформаційних технологій, аналізу та застосування ефективних механізмів управління бізнесом, заснованих на міжнародному досвіді.

У зв'язку з переходом до інформаційного суспільства сьогодні дуже актуальним є проведення комплексного дослідження впровадження інформаційних технологій в управління підприємствами індустрії гостинності. З метою здешевлення собівартості послуг та підвищення продуктивності праці за рахунок підвищення кваліфікації та професійного рівня персоналу необхідно впроваджувати інформаційні технології у сферу управління фінансово-господарською діяльністю підприємств індустрії гостинності. Широкомасштабне застосування інформаційних технологій для управління бізнесом в умовах сьогодення є пріоритетним напрямком розвитку підприємств індустрії гостинності в Україні, і досвід аналогічних компаній в інших країнах є обов'язковим для врахування і вивчення.

Тому, беручи до уваги вищевикладене, актуальність тематики цієї статті полягає у висвітленні ролі інформаційних технологій в управлінні діяльністю підприємств індустрії гостинності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику управління підприємствами індустрії гостинності засобами інформаційних технологій вивчають Л. Бедусенко [1], М. Гакова [2], Г. Гарбар [3], Л. Гризовська [4], Л. Демидчук [5], В. Доценко [1], Н. Зайцева [6], Т. Ковальчук [7], І. Медвідь [1], Н. Намілієва [3], Л. Нецадим [8; 9], А. Перепелиця [10], Н. Рибальченко [3], О. Романенко [11], Д. Сапожник [4], Г. Соколюк [4], В. Стадник [4], Н. Терещук [12], С. Тимчук [9], С. Тищенко [13], Л. Транченко [12], А. Черномазюк [14], О. Шидловська [1], О. Шикіна [15], О. Яворська [11] та інші.

За результатами аналізу джерел [1–15], а також враховуючи інформацію у працях [16–25], з'ясовано, що проблематика впровадження інноваційних технологій в управління підприємством індустрії гостинності є не до кінця розкритою.

Мета статті. Метою наукової статті передбачено розкрити особливості впровадження інноваційних технологій в управління підприємством індустрії гостинності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління підприємством індустрії гостинності — це мистецтво досягнення мети діяльності,

досягнення бажань споживачів (замовників) через клієнтоорієнтоване обслуговування в розумінні процесів, які залучають працівників для високого рівня обслуговування. Діяльність підприємств індустрії гостинності — це система взаємопов'язаних компонентів, які взаємодіють між собою в процесі господарської діяльності. Суб'єкти та об'єкти цієї системи діють у рамках правової сфери з урахуванням умов зовнішнього середовища [2].

Одним із основних напрямків розвитку підприємств індустрії гостинності в Україні має стати широке впровадження інформаційних технологій управління, в яких має бути вивчено та застосовано досвід розвинених країн у цій галузі. Широке впровадження інформаційних технологій обробки та передачі інформації дасть можливість створювати сучасні та зручні послуги для споживачів підприємств індустрії гостинності. Це повинно не тільки збільшити прибуток, але й зберегти конкурентні позиції на ринку та завоювати прихильність ще більшої кількості клієнтів.

Спостереження та аналіз світового досвіду підприємств індустрії гостинності показує, що популярність цієї індустрії продовжує зростати і є відповідальною за дедалі складніші умови виживання. Така ситуація змушує підприємства постійно покладатися на інноваційні технологічні розробки, щоб залишатися конкурентоспроможними на ринку, боротися за лояльність клієнтів, покращувати якість обслуговування та розширювати спектр послуг. Невпинно зростаюча конкуренція на ринку послуг вимагає від підприємств індустрії гостинності особливої винахідливості та індивідуальності. Неодмінною умовою ефективного функціонування є інноваційний підхід до впровадження новітніх інформаційних розробок у діяльність підприємств цього виду економічної діяльності. Впровадження нових інформаційних сервісів та послуг допоможе ефективно використати всі можливості для якісного обслуговування та максимально використати потенціал індустрії гостинності [8].

Вплив інформаційних технологій на розвиток підприємств індустрії гостинності є важливим, оскільки безпосередньо пов'язаний з підвищенням ефективності роботи як кожного підприємства, так і індустрії гостинності в цілому. Це безпосередньо впливає на здатність підприємств конкурувати на сучасному ринку. Сервіс індустрії гостинності займає велику нішу на ринку послуг і безпосередньо впливає на загальну якість таких послуг.

Інформаційні технології в управлінні підприємством індустрії гостинності — це набір взаємопов'язаних компонентів, здатних отримувати, збирати, обробляти, реєструвати, накопичувати, зберігати, передавати та поширювати інформацію, необхідну для процесів управління роботою підприємства цього виду економічної діяльності. За допомогою інформаційних систем і технологій

керівники всіх рівнів управління можуть аналізувати функціонування об'єктів бізнесу та проблеми, що виникають у процесі цієї роботи, створювати нові послуги та пакети послуг. Тільки шляхом впровадження та використання сучасних інформаційних технологій можливо організувати роботу комплексів індустрії гостинності зі складними організаційно-управлінськими системами відповідно до умов сучасного економічного розвитку та світових вимог. Тобто всі види інформації, необхідні для роботи таких комплексів, є складовими інформаційних систем. На всіх рівнях управління інформаційні системи та системи управління взаємозалежні та взаємопов'язані. А інформація стає ресурсом, який визначає якість та ефективність різноманітних послуг, що надаються підприємства індустрії гостинності [10].

Впровадження сучасних інформаційних технологій в управління бізнесом підприємств індустрії гостинності може значно підвищити ефективність і результативність на основі передового досвіду, методів управління або наукових знань. Використання інформаційних технологій є необхідною умовою функціонування сучасних підприємств цього виду економічної діяльності, оскільки забезпечує точність, оперативність, швидку обробку та передачу інформації [15].

Впровадження інформаційних технологій в діяльність підприємств індустрії гостинності пропонує багато стратегічних і вирішальних переваг для довгострокового успіху, а саме [6]:

- 1) підвищує продуктивність праці та залучає більш кваліфікований персонал, скорочуючи витрати часу на надання послуг;
- 2) надає можливість швидко реагувати на зміни попиту, виключаючи нереалізовані послуги зі сфери послуг у дуже короткий термін і замінюючи їх новими;
- 3) сприяє розширенню спектру послуг, які пропонують підприємства індустрії гостинності;
- 4) сприяє покращенню якості послуг, тобто забезпечує можливість отримати вигоду від більш точного визначення категорії, зміни часу та смаку, коли клієнт отримує певну послугу;
- 5) забезпечує зменшення витрат на оплату праці, оскільки реалізація програм ресурсозбереження зменшує потребу в зниженні витрат на технічне обслуговування та поточний ремонт, витрат на енергоносії, витрат на обслуговування системи зв'язку тощо;
- 6) сприяє зниженню поточних витрат за рахунок більш раціонального використання інвентарю завдяки можливості точного прогнозування заповнюваності.

Індустрія гостинності дозволяє використовувати різноманітні обчислювальні технології, починаючи від спеціалізованих програмних продуктів для управління готелем і закінчуючи використанням

глобальних комп'ютерних мереж. Сучасна індустрія гостинності значною мірою використовує новітні інформаційні технології, такі як глобальні комп'ютеризовані системи бронювання, інтегровані телекомунікаційні мережі, мультимедійні системи та інформаційні системи управління. Сучасні інформаційні технології найбільше впливають на просування готельних послуг. Тому в сфері реклами утвердилася пряма розсилка інформації про готелі електронною поштою, що дає можливість швидкого зв'язку з компаніями. В останні роки готельні компанії створили власні веб-сайти в Інтернеті. Висока надійність і зручність комп'ютерної системи бронювання сприяють її швидкому та широкому впровадженню. Це дозволяє їм пришвидшити процес бронювання та скоротити час обслуговування гостей, зробивши бронювання в режимі реального часу, тим самим підвищивши якість наданих послуг [14].

Сучасні можливості підприємств індустрії гостинності важко уявити без використання інформаційних технологій. Сфера інформаційних технологій охоплює майже всі види діяльності, як у впровадженні глобального управління, так і в координації повсякденних процесів. Вона об'єднує всю інформацію, необхідну для ведення бізнесу, і перетворює її в одну інформаційну систему. Використання інформаційних технологій у діяльності готелів є економічно доцільним і ефективним. Тому що це сприяє додатковим продажам і економії коштів, покращенню процесів обслуговування, конкурентним перевагам на ринку та підвищенню ефективності окремих відділів і готелів в цілому [1].

Щоб лідирувати та отримати конкурентну перевагу на ринку послуг, підприємствам індустрії гостинності необхідно використовувати комп'ютерні мережі, Інтернет-технології та наскрізну автоматизацію всіх бізнес-процесів [7; 20–24].

Сьогодні в індустрії гостинності вже працює кілька автоматизованих систем управління. Усі вони переважно іноземного виробництва та не повністю адаптовані до умов та специфіки ринку послуг в Україні. Це стає основною причиною для підприємств індустрії гостинності розробляти автоматизовані системи управління, основні характеристики яких полягають у наступному [9]:

1. Загальна автоматична система працює відповідно до потреб ринку та інформаційних технологій у сфері послуг. Власні автоматизовані системи управління дозволяють у разі потреби вдосконалювати та прискорювати адміністративні процеси або кардинально змінювати їх відповідно до потреб ринку.

2. Автоматизована система управління має підтримуватися компанією-виробником. Це обмежує діяльність компанії і ставить її в пряму залежність від одного співробітника — головного програміста.

3. Типова автоматизована система управління має позитивний досвід експлуатації у багатьох підприємствах індустрії гостинності. Впровадження може вимагати деяких змін у техніці роботи підприємства, але це окупиться в майбутньому.

Найактуальнішими проблемами автоматизації підприємств індустрії гостинності сьогодні є [12]: використання інтернет-технологій для залучення клієнтів; ведення записів клієнтів; розрахунок вартості регулярних послуг; обробка послуг; взаємні домовленості з клієнтами та постачальниками; облік виконання замовлення; взаємодія спеціального програмного забезпечення з бухгалтерськими програмами; підготовка звітних документів.

Для забезпечення безпеки єдиної автоматизованої системи необхідне дотримання стандартів і правил розробки (забезпечення надійності програмного забезпечення), суворе дотримання нормативної бази, кваліфікований аналіз ризиків, розробка і впровадження адекватної політики безпеки.

Варто зауважити, що не всі підприємства індустрії гостинності повною мірою застосовують і впроваджують новітні інформаційні технології та системи, оскільки розробка, впровадження, а також навчання, підвищення кваліфікації, утримання та модернізація персоналу пов'язані з досить великими витратами.

Онлайн-послуги є ключовою сферою, де прогрес інформаційних технологій трансформує індустрію гостинності та виводить обслуговування клієнтів на новий рівень. Використання інформаційних технологій для обробки та передачі інформації підприємства індустрії гостинності дозволяє створювати інноваційні та сучасні послуги, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності та, як наслідок, очікуваної прибутковості [8].

Сучасні технології обробки інформації дозволяють суттєво зменшити інформаційну асиметрію в індустрії гостинності, що, враховуючи обмеженість інформації про більшість потенційних споживачів послуг, завжди було великою перевагою для підприємств цього виду економічної діяльності та можливостями пропонувати їх ринку. Водночас це відкриває нові можливості для розвитку послуг, які надаються підприємствами індустрії гостинності, підвищує ступінь диверсифікації та забезпечує привабливість для різних цільових груп споживачів. Не менш важливим завданням при побудові інформаційної системи управління підприємства індустрії гостинності є створення умов для реалізації потенціалу різноманітності в ресурсах, процесах і перевагах споживачів. Вирішення цього виклику вимагає не лише сучасних інформаційних технологій для визначення сфер диверсифікації послуг, а й творчого підходу працівників у розробці методів і способів задоволення різних потреб споживачів, у тому числі

когнітивного впливу, технологій і методів, які творчо активізують пошук. Робота з інформацією в цьому контексті вимагає створення середовища, яке заохочує творчість. Це забезпечує не тільки розвиток своїх співробітників, а й залучає творчі особистості інших організацій для збільшення творчого експертного колективу, інтелектуального та інноваційного потенціалу підприємства [4].

Чинниками, що обмежують розвиток цифрових технологій в індустрії гостинності, є [13]:

- фінансово-економічні (малим і середнім підприємствам індустрії гостинності дуже важко інвестувати значні кошти в цифровізацію своєї діяльності; послуги та програми підтримки та стимулювання в цьому напрямку не надаються);
- регулюючі (відсутнє чітке нормативне законодавство, яке регулює взаємодію суб'єктів під час переходу в цифровий простір, включаючи захист персональних даних, контроль достовірності облікових записів та наданої інформації);
- загальна нестабільність (різниця у фінансовій та політичній спроможності регіонів інтегруватися в цифровий простір країни);
- відсутність інвестицій у високотехнологічні галузі, вплив санкцій, обмежений доступ до преференційної передачі технологій та імпорту готових рішень);
- низький рівень життя населення країни (відсутність можливості купувати найновіші пристрої з найновішими функціями, використання платного контенту та послуг інтернет-роумінгу під час подорожей);
- цифрова безграмотність населення тощо.

Готельно-ресторанний бізнес в Україні характеризується некомпетентністю персоналу, незавершеними програмами безпеки та системами захисту даних, незадовільним зв'язком, недотриманням екологічних та санітарних норм, неефективним ціноутворенням, браком ресурсів або понаднормових годин, відсутністю іміджевих заходів, частими змінами в праві, адміністративним тиском. Крім того, економічна та політична нестабільність, обмеження платоспроможності населення та недосконала податкова система гальмують конкурентоспроможність індустрії гостинності країни. Тому готельно-ресторанний бізнес в Україні повинен орієнтуватися на європейські тренди [11].

Сучасні характеристики послуг, що надають підприємства індустрії гостинності зумовлені в основному низькою або недостатньою інформативністю та децентралізованістю реалізації послуг. Іншими словами, на якість таких послуг впливає діяльність посередницьких ланцюгів, які надають ці послуги. Обсяг і рівень якості послуг у сфері підприємництва індустрії гостинності значною мірою визначаються матеріально-технологічною базою, а також рівнем кваліфікації обслуговуючого персоналу. Основи та вимоги до персоналу закладу

постійно розвиваються та вдосконалюються. Однак процеси надання послуг у співпраці з клієнтами стають все складнішими, а пропозиція зазвичай ще складнішою [5].

Сучасні інформаційні технології є основою інноваційних розробок в управлінні підприємством гостинності, які допомагають підвищувати якість послуг, правильно систематизувати та аналізувати необхідну та важливу інформацію, контролювати роботу персоналу. Це дозволяє клієнтам вибрати найбільш зручний для них варіант розміщення з урахуванням усіх переваг. В основі таких технологій лежить збір інформації про клієнтів і управління цими даними. База клієнтів дає можливість детально вивчити цільову групу, спрогнозувати попит на послуги та реалізувати ефективні маркетингові заходи [9].

Сьогодні все більше підприємств гостинності віддають перевагу хмарним технологіям замість використання локальних серверів. Основними недоліками локальних технологій є те, що локальний сервер вимагає регулярного обслуговування системними адміністраторами. У міру зростання потреб в обчислювальних ресурсах доводиться купувати новий сервер. Швидкість з'єднання для доступу до бази даних обмежена локальною мережею, тобто обмежена швидкістю локального провайдера та є спільною для всіх, хто отримує доступ до сервера бази даних. Однак використання хмарних технологій передбачає зміну обчислювальної потужності програмною і не вимагає фізичних дій. Доступ до бази обмежений лише правами доступу (логін і пароль). Швидкість доступу до даних обмежена лише швидкістю доступу окремих користувачів. Центри обробки даних мають кілька резервних каналів зв'язку та джерела аварійного енергозбереження для безперебійного доступу [3].

Інформаційні технології дозволяють ефективно керувати підприємствами будь-якого розміру, від невеликих підприємств до великих комплексів гостинності. Гнучкість і оперативність управління через програмний комплекс дозволяє швидко і чітко приймати маркетингові рішення,

підвищувати рівень обслуговування клієнтів, скорочувати витрати і покращувати фінансові показники підприємства.

Впровадження інформаційних технологій є ключовою основою для забезпечення ефективності, сталого розвитку та конкурентоспроможності діяльності підприємств гостинності. Це рентабельно та ефективно, оскільки допомагає покращити процеси обслуговування, зменшити витрати та отримати додатковий дохід.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Результати опрацювання джерел [1–25] дали підстави розкрити особливості управління підприємством гостинності засобами інформаційних технологій. Встановлено, що:

- 1) широке впровадження інформаційних технологій обробки та передачі інформації дасть можливість створювати сучасні та зручні послуги для споживачів підприємств гостинності;
- 2) вплив інформаційних технологій на розвиток підприємств гостинності є важливим, оскільки безпосередньо пов'язаний з підвищенням ефективності роботи як кожного підприємства, так і гостинності в цілому;
- 3) використання інформаційних технологій є необхідною умовою функціонування сучасних підприємств гостинності, оскільки забезпечує точність, оперативність, швидку обробку та передачу інформації;
- 4) сучасна гостинність значною мірою використовує новітні інформаційні технології, такі як глобальні комп'ютеризовані системи бронювання, інтегровані телекомунікаційні мережі, мультимедійні системи та інформаційні системи управління;
- 5) впровадження інформаційних технологій є ключовою основою для забезпечення ефективності, сталого розвитку та конкурентоспроможності діяльності підприємств гостинності.

Перспектива наступних розвідок націлена на комплексне розкриття особливостей впровадження інноваційних технологій в управлінні підприємствами гостинності.

Література

1. Доценко В.Ф., Шидловська О.Б., Медвідь І.М., Бедусенко Л.С. Інформаційні технології в готельній індустрії України: реалії та перспективи // Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 1. С. 51–57.
2. Гакова М.В. Управління підприємствами готельно-ресторанного господарства: сутність та специфіка // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. № 1(13). С. 55–60.
3. Рибальченко Н.П., Намілієва Н.В., Гарбар Г.А. Розвиток сучасних технологій гостинності в умовах цифровізації економіки // Державне управління: удосконалення та розвиток. 2022. № 2. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=2617>
4. Стадник В.В., Соколюк Г.О., Гризовська Л.О. Інформаційний менеджмент у реалізації потенціалу креативності й різноманітності суб'єктів гостинності // Вісник Хмельницького національного університету. 2020. № 2. С. 155–160.

5. Сапожник Д. І., Демидчук Л. Б. Інформаційна сервізація в системі трансформації інфраструктури надання послуг індустрії гостинності // Підприємництво і торгівля. 2021. № (28) С. 89–96.
6. Зайцева Н. Інформатизація діяльності підприємств гостинності: тенденції розвитку, досвід для України // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2015. Том 1 № 12. С. 24–29.
7. Ковальчук Т. Г. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах глобалізації світового господарства // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 23, Ч. 1. С. 126–130.
8. Нецадим Л. М. Інформаційні технології на підприємствах індустрії гостинності // Туризм і гостинність: стан, проблеми, перспективи: Матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (18 листопада 2021 р., м. Черкаси). Черкаси: Вид-ць Юлія Чабаненко, 2021. С. 96–98.
9. Нецадим Л., Тимчук С. Автоматизація бізнес-процесів підприємств індустрії гостинності як чинник підвищення економічної ефективності // Економіка та суспільство. 2022. № 36. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1166>
10. Перепелиця А. С. Інформаційні технології в управлінні підприємством готельно-ресторанного бізнесу // Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та національний досвід: колективна монографія / За заг. ред. А. Ю. Парфіненка. Х.: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2017. С. 251–267.
11. Романенко О. О., Яворська О. Г. Особливості інновацій в туризмі та індустрії гостинності // Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 8. С. 5–9.
12. Транченко Л. В., Терещук Н. В. Автоматизація бізнес-процесів як механізм підвищення ефективності діяльності готельного підприємства // Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 2021. № 1–2(3–4). С. 14–24.
13. Тищенко С. В. Цифрові технології в індустрії гостинності // Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2021. № 7. С. 131–139.
14. Черномазюк А. Г. Інновації у сфері готельно-ресторанного бізнесу // Вісник Хмельницького національного університету. 2014. № 5, Т. 2. С. 269–272.
15. Шикіна О. В. Теоретичні основи діяльності концептуальних готелів та їх класифікація // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2017. Вип. 6(11). С. 212–219.
16. Skrynkovskyy R. M., Sopilnyk L. I., Tsyuh S. I. Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles of Management, Marketing and Economic Diagnosis // Business Inform. 2020. № 4. P. 191–199. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-191-199>
17. Skrynkovskyy R., Pavlenchuk N., Tsyuh S., Zanevskyy I., Pavlenchuk A. Economic-mathematical model of enterprise profit maximization in the system of sustainable development values // Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2022. № 8(4). P. 188–214. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.04.09>
18. Skrynkovskyy R., Kataiev A., Zaiats O., Andrushchenko H., Popova N. Competitiveness of The Company on The Market: Analytical Method of Assessment and The Phenomenon of The Impact of Corruption in Ukraine // Journal of Optimization in Industrial Engineering. 2021. № 14(Special Issue). P. 79–86. doi: <https://dx.doi.org/10.22094/joie.2020.677836>
19. Pawlowski G., Skrynkovskyy R., Shpak O., Vizniak Y. Development of the Model of the System of Managerial Diagnostics of the Enterprise on the Basis of Improvement of Diagnostic Purposes // Path of Science. 2017. Vol. 3, No. 11. P. 4010–4020. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.28-9>
20. Skrynkovskyy R. M. An IT Audit as a Tool for Strategic Enterprise Management // The Problems of Economy. 2018. № 1. P. 231–236.
21. Skrynkovskyy R. M. Diagnosing the Maturity Level of IT Processes at the Enterprise // Business Inform. 2018. № 4. P. 377–383.
22. Нора І. М., Скриньковський Р. М., Павловські Г. Діагностика ефективності застосування інформаційних технологій в управлінні підприємствами // Бізнес Інформ. 2016. № 9. С. 241–245.
23. Скриньковський Р. М., Павловські Г., Воробйов В. В. Діагностика ефективності контролінгу бізнес-процесів підприємства // Бізнес Інформ. 2016. № 8. С. 154–159.
24. Ліпич Л. Г., Ющишина Л. О. Бізнес-процеси та їх інформаційне забезпечення // Актуальні проблеми економіки. 2010. № 10. С. 202–206.
25. Князь С. В., Скриньковський Р. М., Коновалюк І. В., Русин-Гриник Р. Р. Вибір джерел отримання інформації і методів моніторингу діяльності бізнес-структури // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2022. № 6(62). С. 102–110. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-6-8029>

References

1. Dotsenko V. F., Shydlovska O. B., Medvid I. M., Biedusenko L. S. Informatsiini tekhnolohii v hotelnii industrii Ukrainy: realii ta perspektyvy // Investytsii: praktyka ta dosvid. 2020. № 1. S. 51–57.
2. Nakova M. V. Upravlinnia pidprijemstvamy hotelno-restorannoho hospodarstva: sutnist ta spetsyfika // Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnogo universytetu. Seria: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo. 2017. № 1(13). S. 55–60.

3. Rybalchenko N.P., Namiliieva N.V., Harbar H.A. Rozvytok suchasnykh tekhnolohii industrii hostynnosti v umovakh tsyvrovizatsii ekonomiky // Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok. 2022. № 2. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=2617>
4. Stadnyk V.V., Sokoliuk H.O., Hryzovska L.O. Informatsiinyi menedzhment u realizatsii potentsialu kreatyvnosti y riznomanitnosti subiektiv industrii hostynnosti // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. 2020. № 2. S. 155–160.
5. Sapozhnyk D.I., Demydchuk L.B. Informatsiina servizatsiia v systemi transformatsii infrastruktury nadannia posluh industrii hostynnosti // Pidpriemnytstvo i torhivlia. 2021. № (28) S. 89–96.
6. Zaitseva N. Informatyzatsiia diialnosti pidpriemstv hostynnosti: tendentsii rozvytku, dosvid dlia Ukrainy // Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti. 2015. Tom 1 № 12. S. 24–29.
7. Kovalchuk T.H. Perspektyvy rozvytku hotelno-restorannoho biznesu v Ukraini v umovakh hlobalizatsin svitovoho gospodarstva // Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove gospodarstvo. 2019. Vyp. 23, Ch. 1. S. 126–130.
8. Neshchadym L.M. Informatsiini tekhnolohii na pidpriemstvakh industrii hostynnosti // Turyzm i hostynnist: stan, problemy, perspektyvy: Materialy VI Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (18 lystopada 2021 r., m. Cherkasy). Cherkasy: Vyd-ts Yuliia Chabanenko, 2021. C. 96–98.
9. Neshchadym L., Tymchuk S. Avtomatyzatsiia biznes-protseviv pidpriemstv industrii hostynnosti yak chynnyk pidvyshchennia ekonomichnoi efektyvnosti // Ekonomika ta suspilstvo. 2022. № 36. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1166>
10. Perepelytsia A.S. Informatsiini tekhnolohii v upravlinni pidpriemstvom hotelno-restorannoho biznesu // Suchasni tendentsii rozvytku hotelno-restorannoho biznesu: mizhnarodnyi ta natsionalnyi dosvid: kolektyvna monohrafiia / Za zah. red. A. Yu. Parfinenka. X.: KhNU im. V.N. Karazina, 2017. S. 251–267.
11. Romanenko O.O., Yavorska O.H. Osoblyvosti innovatsii v turyzmi ta industrii hostynnosti // Investytsii: praktyka ta dosvid. 2018. № 8. S. 5–9.
12. Tranchenko L.V., Tereshchuk N.V. Avtomatyzatsiia biznes-protseviv yak mekhanizm pidvyshchennia efektyvnosti diialnosti hotelnogo pidpriemstva // Innovatsii ta tekhnolohii v sferi posluh i kharchuvannia. 2021. № 1–2(3–4). S. 14–24.
13. Tyshchenko S.V. Tsyvrovi tekhnolohii v industrii hostynnosti // Tavriiskyi naukovyi visnyk. Serii: Ekonomika. 2021. № 7. S. 131–139.
14. Chernomaziuk A.H. Innovatsii u sferi hotelno-restorannoho biznesu // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. 2014. № 5, T. 2. S. 269–272.
15. Shykina O.V. Teoretychni osnovy diialnosti kontseptualnykh hoteliv ta yikh klasyfikatsiia // Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia. 2017. Vyp. 6(11). S. 212–219.
16. Skrynkovskyy R.M., Sopilnyk L.I., Tsyuh S.I. Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles of Management, Marketing and Economic Diagnosis // Business Inform. 2020. № 4. P. 191–199. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-191-199>
17. Skrynkovskyy R., Pavlenchuk N., Tsyuh S., Zanevskyy I., Pavlenchuk A. Economic-mathematical model of enterprise profit maximization in the system of sustainable development values // Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2022. № 8(4). P. 188–214. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.04.09>
18. Skrynkovskyy R., Kataiev A., Zaiats O., Andrushchenko H., Popova N. Competitiveness of The Company on The Market: Analytical Method of Assessment and The Phenomenon of The Impact of Corruption in Ukraine // Journal of Optimization in Industrial Engineering. 2021. № 14(Special Issue). P. 79–86. doi: <https://dx.doi.org/10.22094/joie.2020.677836>
19. Pawlowski G., Skrynkovskyy R., Shpak O., Vizniak Y. Development of the Model of the System of Managerial Diagnostics of the Enterprise on the Basis of Improvement of Diagnostic Purposes // Path of Science. 2017. Vol. 3, No. 11. P. 4010–4020. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.28-9>
20. Skrynkovskyy R.M. An IT Audit as a Tool for Strategic Enterprise Management // The Problems of Economy. 2018. № 1. P. 231–236.
21. Skrynkovskyy R.M. Diagnosing the Maturity Level of IT Processes at the Enterprise // Business Inform. 2018. № 4. P. 377–383.
22. Noga I.M., Skrynkovskyy R.M., Pawlowski G. Diahnostyka efektyvnosti zastosuvannia informatsiinykh tekhnolohii v upravlinni pidpriemstvamy // Biznes Inform. 2016. № 9. S. 241–245.
23. Skrynkovskyy R.M., Pawlowski G., Vorobiov V.V. Diahnostyka efektyvnosti kontrolinhu biznes-protseviv pidpriemstva // Biznes Inform. 2016. № 8. S. 154–159.
24. Lypych L.H., Yushchyshyna L.O. Biznes-protsevy ta yikh informatsiine zabezpechennia // Aktualni problemy ekonomiky. 2010. № 10. S. 202–206.
25. Kniaz S.V., Skrynkovskyy R.M., Konovalyuk I.V., Rusyn-Hrynyk R.R. Vybir dzherel otrymannia informatsii i metodiv monitorynhu diialnosti biznes-struktury // Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka». Serii: «Ekonomichni nauky». 2022. № 6(62). S. 102–110. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-6-8029>

Бондарчук Ольга Михайлівна

*кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами
Криворізький національний університет*

Bondarchuk Olga

*Candidate of Engineering Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of
Economics, Organization and Management of Enterprises
Kryvyi Rih National University
ORCID: 0000-0001-9366-2019*

Астаф'єва Катерина Олександрівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами
Криворізький національний університет*

Astafieva Kateryna

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of
Economics, Organization and Management of Enterprises
Kryvyi Rih National University
ORCID: 0000-0002-3418-7622*

Нікульнікова Ганна Володимирівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами
Криворізький національний університет*

Nikulnikova Hanna

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of
Economics, Organization and Management of Enterprises
Kryvyi Rih National University
ORCID: 0000-0002-0703-5041*

Астаф'єв Олександр Юлійович

*кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та цифрового бізнесу
Державний університет економіки і технологій*

Astafiev Oleksandr

*Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Economics and Digital Business
State University of Economics and Technology
ORCID: 0000-0002-2929-3076*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8800

**HR-БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ**

**HR-БЮДЖЕТИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ
УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ**

HR BUDGETING AS A TOOL OF HR MANAGEMENT

Анотація. В статті приведені результати дослідження використання HR-бюджетування в управлінні персоналом, що дозволяє своєчасно реагувати на виклики ринку праці та адекватно планувати чисельність працюючих та витрати на їх утримання й оперативно здійснювати їх корегування. Для цього проаналізовано роль бюджетування в управлінні підприємством та запропоновано поетапне формування HR-бюджету у відповідності стратегічним цілям та оперативним планам підприємства. При складанні HR-бюджету рекомендовано враховувати очікуваний рівень річного обороту підприємства, приріст матеріальної винагороди, зміни в чисельності працюючих та плани роботи з персоналом. Оцінювати ефективність HR-бюджету запропоновано показниками, що характеризують доцільність витрат на реалізацію HR-заходів через загальну, чисту та відносну ефективність; за величиною економічної ефективності по доходності підприємства та віддачі від реалізації. Обґрунтовано використання спеціальних показників, які характеризують управлінський та аналітичний підходи використання витрат на оплату праці – частка витрат на персонал у вартості продукції та в загальних витратах підприємства, витрати на одного працівника та питома вага витрат по функціональним напрямках (адаптація, навчання, аналіз результативності) на одного працівника. Таким чином, доведено що адекватне формування HR-бюджету забезпечить можливість оптимізувати витрати на персонал, мінімізувати наслідки неефективних управлінських рішень, контролювати виконання витратної частини та оцінювати ефективність використання коштів по HR-заходах. А HR-бюджет виступає інструментом оптимізації виробничих завдань, нормування праці персоналу всіх рівнів – від виконавця до керівника служби управління персоналом й тарифікувати її, оптимізувати режими роботи та впливати на продуктивність праці.

Ключові слова: бюджетування, управління персоналом, HR-бюджет, ефективність HR-заходів, витрати на оплату праці.

Аннотация. В статье представлены результаты исследований использования HR-бюджетирования в управлении персоналом, что позволяет своевременно реагировать на изменения рынка труда и адекватно планировать численность работников, затраты на их содержание и оперативно их корректировать. Для этого проанализирована роль бюджетирования в управлении предприятием и предложено поэтапное формирование HR-бюджета в соответствии со стратегическими целями и оперативными планами предприятия. При составлении HR-бюджета рекомендовано учитывать ожидаемый уровень годового оборота предприятия, прирост материального вознаграждения, изменения в численности сотрудников и планы работы с персоналом. Оценивать эффективность HR-бюджета предложено показателями, характеризующими целесообразность затрат на реализацию HR-мероприятий с помощью общей, чистой и относительной эффективности; величиной экономической эффективности по доходности предприятия и отдачи от реализации. Обосновано использование специальных показателей, характеризующих управленческий и аналитический подходы использования затрат на оплату труда – доля затрат на персонал в стоимости продукции и в общих затратах предприятия, затраты на одного сотрудника и удельный вес затрат по функциональным направлениям (адаптация, обучение, анализ результативности) на одного сотрудника. Таким образом, доказано что адекватное формирование HR-бюджета обеспечит возможность оптимизации затрат на персонал, минимизации последствий неэффективных управленческих решений, контроль выполнения его затратной части и оценить эффективность использования средств на HR-мероприятия. А HR-бюджет является инструментом оптимизации производственных заданий, нормирования труда персонала всех уровней – от исполнителя до руководителя службы управления персоналом, что позволяет тарифицировать ее, оптимизировать режимы работы и влиять на производительность труда.

Ключевые слова: бюджетирование, управление персоналом, HR-бюджет, эффективность HR-мероприятий, затраты на оплату труда.

Summary. The article presents the results of a study of the use of HR budgeting in personnel management, which allows you to respond in a timely manner to the challenges of the labor market and adequately plan the number of employees and expenses for their maintenance and quickly adjust them. For this, the role of budgeting in enterprise management is analyzed and a phased formation of an HR budget is proposed in accordance with the strategic goals and operational plans of the enterprise. When drawing up an HR budget, it is recommended to take into account the expected level of annual turnover of the enterprise, the increase in material remuneration, changes in the number of employees and plans for working with personnel. It is proposed to evaluate the effectiveness of the HR budget by indicators characterizing the feasibility of the costs of implementing HR measures through the overall, net and relative efficiency; in terms of economic efficiency in terms of profitability of the enterprise and return on sales. The use of special indicators that characterize managerial and analytical approaches to labor costs is substantiated – the share of personnel costs in the cost of production and in the total costs of the enterprise, costs per employee and the specific weight of costs by functional areas (adaptation, training, performance analysis) per one employee. Thus, it has been proven that the adequate formation of the HR budget will provide an opportunity to optimize personnel costs, minimize the consequences of inefficient management decisions, control the implementation of the expenditure part and evaluate the effectiveness of the use of funds according to HR measures. And the HR budget is a tool for optimizing production tasks, rationing the work of personnel at all levels – from the executive to the head of the personnel management service and tariffing it, optimizing work modes and influencing labor productivity.

Key words: budgeting, personnel management, HR budget, effectiveness of HR measures, labor costs.

Постановка проблеми. Необхідність забезпечення ефективного управління діяльністю та прийняття керівництвом адекватних й своєчасних управлінських рішень вимагає формування та використання інформації про фінансовий стан суб'єкта господарювання. Інструментом, що дозволяє відобразити запланований і структурований ряд фінансових подій і операцій (доходів і витрат) організації за певний період часу виступає бюджет. Актуальним постає використання HR-бюджету як особливого інструменту управління, що представляє собою систему з планування, формування та організації витрат на персонал, поточного їх аналізу та контролю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Планування та бюджетування є важливими елементами управління персоналом особливо в контексті мотивації працівників. Вклад в становлення процесу бюджетування як інструменту управління внесли А. Хан [1], А. Файоль [2], Коффі Р.Е. [3] та ін. Питання ефективного використання персоналу з урахуванням витрат на їх утримання висвітлені в роботах сучасних вітчизняних економістів: Томчук О.Ф. [4], Кузьмін О.Є. [5], Романової О [6], Єлісеєва О.К. [7] та ін. Вчені-економісти не однозначно розглядають бюджетний процес на підприємстві або підходи до класифікації бюджетів, проте загальним є прийняття необхідності розробки та впровадження методів бюджетування як складової процесу управління та фінансового планування.

Формулювання цілей. Метою статті є дослідження основних принципів HR-бюджетування та його вплив на ефективність використання персоналу.

Вклад основного матеріалу. Система фінансово-економічної інформації відіграє фундаментальну роль в управлінні бізнесом і є основою досягнення очікуваних результатів діяльності. Важливим у цьому процесі є бюджетне планування, так як безпосередньо пов'язане з конкретними оперативними планами підприємства. Воно, з одного боку дозволяє чітко розподіляти кошти, трудові і матеріальні ресурси, з іншого — стимулює успішність виконання встановлених показників, а також дозволяє контролювати і, якщо необхідно відкоригувати всі процеси фінансово-господарської діяльності підприємства протягом періоду, на який складається бюджет (рис. 1). У той же час бюджетування дозволяє оцінити внесок кожного структурного підрозділу в досягнення кінцевих цілей підприємства.

При формуванні та використанні підприємством людського ресурсу необхідно виділяти наступні основні аспекти — складання HR-бюджету, бюджетування витрат на персонал та встановлення рівня їх ефективності.

Формування HR-бюджету це, перш за все, аналіз інвестицій у розвиток підприємства (оптимізація кількості працівників, збереження цінних співробітників, підтримка корпоративної культури). Тому до завдань такого бюджетування можна віднести забезпечення ефективного

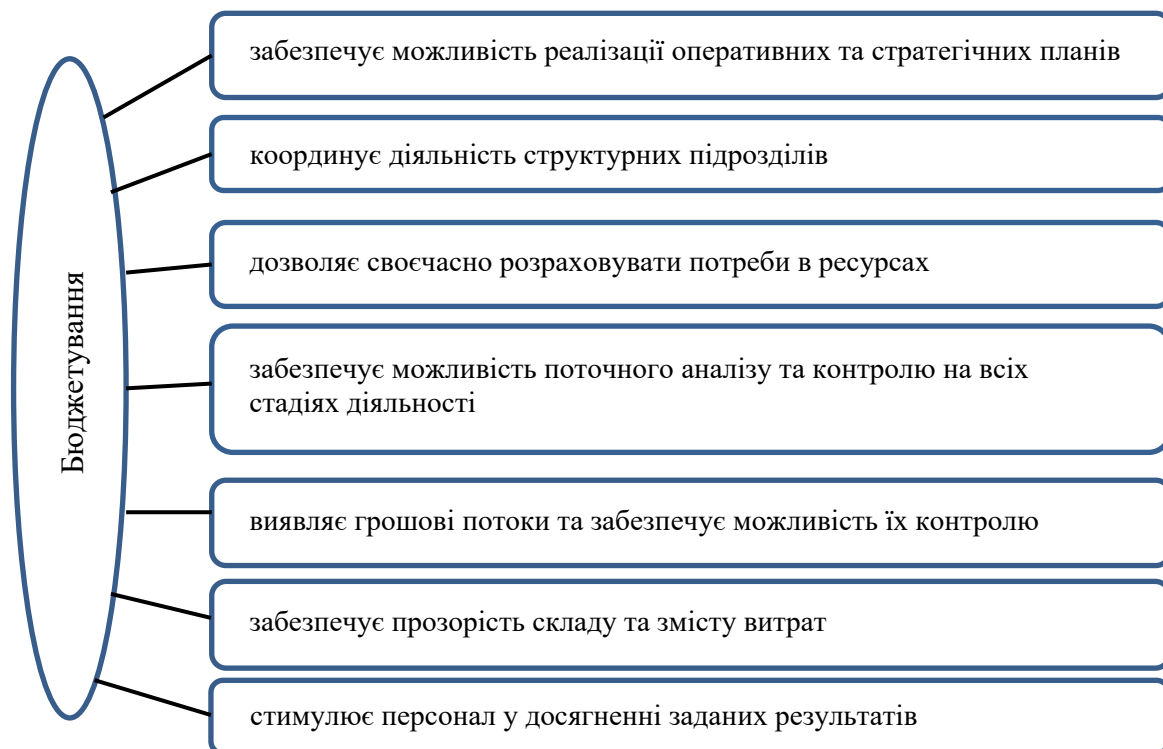


Рис. 1. Роль бюджетування в управлінні підприємством
Джерело: розроблено авторами на основі [8–10]

процесу управління персоналом через співставлення HR-стратегії розвитку підприємства та його оперативної діяльності.

Стратегічне планування персоналу є важливим з бюджетної точки зору, оскільки витрати на наймання, навчання та розвиток персоналу впливають на бюджет усієї організації. Тому основна мета планування полягає в забезпеченні відповідними людськими ресурсами керівний склад підприємства для досягнення стратегічних цілей та оперативних планів підприємства.

HR-планування бюджету передбачає майбутні потреби у сфері управління персоналом на основі аналізу поточних людських ресурсів підприємства, зовнішнього ринку праці та стратегічних напрямків розвитку підприємства [11, с. 126–140].

Для підготовки HR-бюджету використовується інформація про очікувані рівні річного обороту підприємства по виробництву та реалізації продукту, приросту матеріальної винагороди працівникам, зміни в чисельності працюючих та плани керівництва по роботі з персоналом на наступний рік (бонусні програми, тренінги, коучинг, підвищення кваліфікації) [6]. Формування HR-бюджету реалізується поетапно в залежності від фактичного рівня управління персоналом (табл. 1).

Планування витрат на персонал є важливою функцією системи управління персоналом, яка згодом визначає її ефективність. У рамках планування витрат на персонал складається прогноз оптимальних витрат у сфері управління персона-

лом з урахуванням специфіки діяльності підприємства, її структурних елементів та наявних ресурсів. Основним завданням планування витрат на оплату праці є знаходження балансу між процесами вдосконалення та розвитку суб'єкту діяльності.

Витрати на оплату праці є основою побудови системи стимулювання і безпосередньо впливають на кінцеві фінансово-економічні показники підприємства, продуктивність праці, зацікавленість та участь працівників у бізнес-процесах [12; 13]. Витрати на оплату праці відносяться до явних, відображаються в кадровому та бухгалтерському документообороті і відповідають вимогам правових норм. Тому при проведенні їх аналізу чи формуванні бази даних для визначення прогнозних величин не виникає труднощів. Зовсім інша ситуація, коли необхідно встановити бюджет на інші сучасні функціональні напрямки управління персоналом, такі як підбір, рекрутинг, адаптацію, оцінювання персоналу, формування задоволеності від роботи, HR-бренду тощо. Витрати в цьому випадку будуть неявними, а для складання HR-бюджету за цими статтями необхідні додаткові економіко-управлінські та аналітичні компетенції спеціаліста з управління персоналом.

Саме необхідність швидко реагувати на зміни внутрішніх і зовнішніх умов роботи суб'єктів економіки зумовлює необхідність перехід від процесу планування до процесу бюджетування витрат. Це пояснюється тим, що при бюджетуванні витрат простіше здійснювати корегування, розподіл та перерозподіл коштів, що дозволить оперативно

Таблиця 1

Процес розробки HR-бюджету

Фази розробки HR-бюджету	Сутність здійснення
Оцінювання поточного потенціалу HR	Аналізується поточний стан потенціалу персоналу — ідентифікуються знання, вміння та навички команди за допомогою карти компетенцій. Важливо також використовувати ознаки, що виходять за рамки компетенцій, для розуміння того які з них забезпечують підприємству позитивний розвиток. Також розглядається відповідність продуктивності праці компетенціям, готовність працівника до розширення відповідальності та динаміка показників розвитку працівника
Прогнозування HR	Проводиться з урахуванням попиту і пропозиції на ринку праці. Визначається потреба у персоналі з урахуванням стратегічних цілей, перелік додаткових навичків та корпоративних заходів по досягненню бажаного рівня HR
Аналіз невідповідності	Визначення розриву між фактичним та бажаним рівнями HR. Визначається зміна в кількості робочих місць, шляхи оптимізації кадрової діяльності, які види навчання та в якому обсязі необхідні для формування бажаних компетенцій
Розробка стратегії управління персоналом	Із основних HR-стратегій — реструктуризація (скорочення персоналу), навчання та розвиток (з розширенням відповідальності працівника), рекрутинг (нових працівників з відповідними компетенціями), аутсорсинг (використання сторонніх працівників), спільна діяльність з іншими суб'єктами економіки
Аналіз витрат минулого року	Для передбачення (прогнозування) майбутніх витрат. Можливість врахування в наступному періоді непередбачуваних, позапланових трат та при потребі нереалізованих в минулому році
Прийняття рішення по HR-бюджету	Обрана стратегія відображається в планах управління персоналом. Містить ключові моменти стратегії, відповідальних за реалізацію, терміни виконання та статті витрат

Джерело: удосконалено авторами на основі [6; 9; 11]

реагувати на зміни в грошових потоках, контролювати терміни витрачання, орієнтуючись на мету діяльності та кінцеві показники діяльності підприємства. Таким чином, бюджетування витрат на персонал можна визначити як гнучкий процес планування та управління витратами на персонал за допомогою методу показників, що визначають внесок працівників та служб управління персоналом в досягнення стратегічних цілей підприємства.

При контролі виконання HR-бюджету актуальним є питання оцінки ефективності його реалізації з урахуванням всіх запланованих заходів й, відповідно, доцільності понесених витрат. Найбільш економічно доцільним та системним є оцінка ефек-

тивності витрат на персонал по окремим HR-заходах за BSC (система збалансованих показників) або KPI (ключові показники ефективності) [14]. Метод полягає у попередньому встановленні бажаного рівня показників ефективності та порівняння їх з отриманими і якщо заплановані показники досягаються можна говорити про ефективне використання витратами на персонал.

Для визначення ефективності HR-заходів може використовуватися система показників (табл. 2) при розрахунку яких враховуються витратами на утримання персоналу до (B_0^{yII}) та після (B_1^{yII}) їх реалізації та безпосередньо вартість реалізації HR-заходів (B_{PR}).

Таблиця 2

Система узагальнюючих оціночних показників ефективності HR-заходів

Показник	Формула	Принцип оцінювання
Загальна ефективність	$E = B_0^{yII} - B_1^{yII}$	Якщо $E > 0$, то HR-заходи можна вважати ефективними і витрати на них виправданими, а при $E < 0$, то запланованих результатів не досягнуто. Тобто при ефективному управлінні персоналом вартість процесу не зростає, а, навпаки, знижується за рахунок зниження витрат, а $B_1^{yII} < B_0^{yII}$
Чистий економічний ефект	$E = B_0^{yII} - B_1^{yII} - B_{PR}$	Результат оцінюється в цьому випадку як ефективний якщо зменшення витрат перевищує витрати на реалізацію HR-заходів
Відносна ефективність	$E = (B_0^{yII} - B_1^{yII}) / B_{PR}$	Якщо зниження витрат більше вартості реалізації HR-заходів, то їх можна вважати ефективним, а $E > 1$ і відповідно неефективними при $E < 1$
Економічна ефективність за рівнем доходності	$D = \frac{B_0^{yII} - B_1^{yII} - B_{HR}}{B_{HR}}$	Якщо рівень $D > 0$, то HR-заходи забезпечують підприємству отримання доходу і при $D < 0$ — витрати на їх реалізацію
Віддача від реалізації	$ROI = \frac{D - B_{HR}}{\sum B} \times 100\%$	Чим більшою є величина, тим ефективнішими для підприємства HR-заходи

Джерело: систематизовано авторами на основі [4; 5; 7; 14]

Таблиця 3

Показники ефективності використання витрат на оплату праці персоналу

Показник	Формула	Зміст
Зарплатомісткість продукції	$ЗПМ = \frac{\Phi ОП}{Q}$	Рівень витрат на оплату праці з відрахуваннями на 1 грн. вартості продукції
Зарплатовіддача	$ЗПВ = \frac{\Pi}{\Phi ОП}$	Величина отриманого прибутку на 1 грн. витрат на оплату праці
Частка витрат на оплату праці в загальних витратах	$d_1 = \frac{\Phi ОП}{\sum B}$	% витрат на оплату праці в загальних витратах підприємства. За цим же принципом визначається $\%B_{ОП}$ в постійних та змінних витратах
Частка витрат на оплату праці в загальних витратах на персонал	$d_2 = \frac{\Phi ОП}{\sum B_{\Pi}}$	Загальні витрати на персонал ($\sum B_{\Pi}$) містять витрати передбачені HR-бюджетом
Середня заробітна плата	$\overline{ЗП} = \frac{\Phi ОП}{q}$	Величина заробітної плати за календарний період на одного середньооблікового працівника
Витрати на оплату праці одиниці робочого часу	$\overline{ЗП}_2 = \frac{\Phi ОП}{T}$	Величина заробітної плати за календарний період на 1 год. відпрацьованого часу

Джерело: систематизовано авторами на основі [4; 5; 7]

Ці методи оцінки ефективності можна використовувати HR-проектів або окремих HR-заходів. З іншого боку, варто відзначити необхідність використання показників, які характеризують управлінський та аналітичний підходи використання витрат на оплату праці, таких як частка витрат на персонал (%) до обсягу реалізованої продукції, до обсягу виробництва, до доданої вартості, до загальних витрат підприємства. А також витрати на одного працівника, питома вага витрат по функціональних напрямках (адаптація, навчання, аналіз результативності тощо) на одного працівника та ін. В табл. 3 наведено показники для оцінки ефективності використання витрат на персонал з урахуванням заохочення.

З точки зору керівників підприємства чи власників бізнесу бажаний напрямок зміни показників табл. 3 — зменшення, так як пов'язана з витратами. Але з точки зору заохочення працівників, які зацікавлені в зростанні своєї заробітної плати, менеджмент підприємства повинен знайти опти-

мальні рівні витрат на оплату праці, які б задовольнили інтереси і підприємства і працівників.

Висновки. В умовах економічної нестабільності та, отже, обмежених ресурсів питання ефективного управління витратами на персонал, їх облік та калькулювання надзвичайно актуальні як для керівників підприємств, так і для менеджерів з управління персоналом. Можливість та адекватне формування HR-бюджету по функціональним напрямках діяльності служби з управління персоналом забезпечить можливість оптимізувати витратами на персонал, мінімізувати наслідки неефективних управлінських рішень, контролювати виконання витратної частини та оцінювати ефективність використання коштів по HR-заходах. Завдяки HR-бюджетів можна оптимізувати виробничі завдання, нормувати працю персоналу всіх рівнів — від виконавця до керівника служби з управління персоналом й тарифікувати її, створювати графіки робочої зміни та впливати на продуктивність праці.

Література

1. Khan A. Capital Budgeting in Government. Principles and Applications. Auerbach Publishers, Inc, 2008.
2. Fayol H. Administration industrielle et generale. Paris: Dunod et Pinat, 1917. 174 p.
3. Coffi R.E., Cook C.W. and Hunsaker P.L. Management and organization behavior. Boston: Irwin (Austin Press), 2006. 312 p.
4. Томчук О.Ф., Машевська А.А. Контроль та управління витратами на оплату праці. Інфраструктура ринку. 2018. Вип. 17. С. 457–461.
5. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Бюджетування на підприємстві: навч. посіб. К.: Кондор, 2008. 312 с.
6. Романова О. Формування інформації про витрати на утримання і розвиток персоналу у звітності підприємства. European journal of economics and management. 2016. Vol. 2, Iss. 6. P. 88–93.
7. Єлісеєва О.К., Кутова Н.Г. Стимулювання в системі управління персоналом підприємств. БІЗНЕСІНФОРМ. 2017. № 4. С. 388–392.
8. Кравчук О.І., Варіс І.О., Дорош М.О. Ефекти бюджетування управління людськими ресурсами в умовах глобальних соціоекономічних змін. Економіка і суспільство. 2021. Вип. 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/769> (дата звернення 16.03.2023).
9. Гуцал О.П. Бюджет витрат на персонал у системі бюджетів підприємства. Соціально-трудова відносина: теорія та практика. 2014. № 1. С. 402–407.
10. SHRM. HR Budgets: Developing your financial plan. 2023. URL: <https://www.shrm.org/learningandcareer/learning/team-training/pages/hr-budgets-developing-your-financial-plan.aspx> (дата звернення 25.03.2023).
11. Управління персоналом / Заг. ред. О.М. Шубалого. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. 404 с.
12. Олійник А.С., Вельбой М.Б., Лук'яновець Н.М. Роль персоналу та виробничих витрат при ефективному управлінні підприємством. Агросвіт. 2021. № 7–8. С. 94–102.
13. Астаф'єва К., Бондарчук О., Астаф'єв О., Нікульнікова Г. Діджиталізація робочого місця як засіб HR-брендінгу. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2023. № 1 (314). С. 103–109.
14. Галайда Т.О., Олешко К.В. Формування комплексної системи оцінювання персоналу на основі компетентнісного підходу. Східна Європа: Економіка, бізнес та управління. 2022. Вип. 1 (34). С. 61–68.

References

1. Khan A. Capital Budgeting in Government. Principles and Applications. Auerbach Publishers, Inc, 2008.
2. Fayol H. Administration industrielle et generale. Paris: Dunod et Pinat, 1917. 174 p.
3. Coffi R.E., Cook C.W. and Hunsaker P.L. Management and organization behavior. Boston: Irwin (Austin Press), 2006. 312 p.
4. Tomchuk O.F., Mashevskaya A.A. Kontrol ta upravlinnia vytratamy na oplatu pratsi [Control and management of labor costs]. Infrastruktura rynku. 2018. Vyp. 17. P. 457–461.

5. Kuzmin O.Ie., Melnyk O.H. Biudzhetyuvannia na pidprijemstvi [Budgeting at the enterprise]: navch. posib. K.: Kondor. 2008. 312 s.
6. Romanova O. Formuvannia informatsii pro vytraty na utrymanna i rozvytok personalu u zvitnosti pidprijemstva [Formation of information about the costs for staff maintenance and development in enterprise reporting]. European journal of economics and management. 2016. Vol. 2, Iss. 6. P. 88–93.
7. Yelisieieva O.K., Kutova N.H. Stymuliuvannia v systemi upravlinnia personalom pidprijemstv [The Incentives in the System of Staff Management of Enterprise]. BIZNESINFORM. 2017. № 4. P. 388–392.
8. Kravchuk O.I., Varis I.O., Dorosh M.O. Efekty biudzhetyuvannia upravlinnia liudskymy resursamy v umovakh hlobalnykh sotsioekonomichnykh zmin [The effects of budgeting for human resource management in in global socio-economic changes conditions]. Ekonomika i suspilstvo. 2021. Vyp. 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/769> (accessed 16.03.2023).
9. Hutsal O.P. Biudzhety vytrat na personal u systemi biudzhetyv pidprijemstva [The budget for personnel costs in the system of enterprise budgets]. Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka. 2014. № 1. P. 402–407.
10. SHRM. HR Budgets: Developing your financial plan. 2023. URL: <https://www.shrm.org/learningandcareer/learning/team-training/pages/hr-budgets-developing-your-financial-plan.aspx> (accessed 25.03.2023).
11. Upravlinnia personalom [Personnel management] / Zah. red. O.M. Shubaloho. Lutsk: IVV Lutskoho NTU, 2018. 404 s.
12. Oliinyk A.S., Velboi M.B., Lukianovets N.M. Rol personalu ta vyrobnychkykh vytrat pry efektyvnomu upravlinni pidprijemstvom [The role of personnel and production costs in effective management of the enterprise]. Ahrosvit. 2021. № 7–8. P. 94–102.
13. Astafieva K., Bondarchuk O., Astafiev O., Nikulnikova H. Didzhytalizatsiia robochoho mistsia yak zasib HR-brendynhu [Digitalization of the workplace as a means of HR-branding]. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky. 2023. № 1 (314). P. 103–109.
14. Halaida T.O., Oleshko K.V. Formuvannia kompleksnoi systemy otsiniuvannia personalu na osnovi kompetentnisnogo pidkhodu [Formation of a comprehensive personnel evaluation system based on a competence approach]. Skhidna Yevropa: Ekonomika, biznes ta upravlinnia. 2022. Vyp. 1 (34). P. 61–68.

УДК 65.0011.3:65.016

Гавриленко Тетяна Володимирівна

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу та управління бізнесом
Національний університет «Києво-Могилянська академія»*

Havrylenko Tetiana

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the
Department of Enterprise Marketing and Business Management
National University of Kyiv-Mohyla Academy*

ORCID: 0000-0002-2454-661X

Молодовець Андрій Андрійович

*магістр кафедри маркетингу та управління бізнесом
Національного університету «Києво-Могилянська академія»*

Molodovets Andrii

*Master's Student of the Enterprise Marketing and Business Management
National University of Kyiv-Mohyla Academy*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8802

АНТИКРИЗОВИЙ ПЛАН ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

AN ANTI-CRISIS PLAN AS AN EFFECTIVE MECHANISM FOR THE FUNCTIONING OF AN ENTERPRISE IN A CRISIS

Анотація. Вступ. На основі результатів аналізу більшості вітчизняних підприємств можна зробити висновок, що у зв'язку зі стрімким наростанням кризової ситуації виникли значні труднощі у веденні діяльності, що безпосередньо вплинуло на ефективність роботи підприємств. Спостерігається значна дестабілізація в соціально-економічній системі, що призводить до зниження рівня економічних, політичних та демографічних показників роботи системи. Як наслідок, підприємства стикаються з проблемами в процесі постачання та збуту, такими як дисбаланс між своєчасністю постачання та виробництвом, недостатність ресурсного потенціалу, закриття деяких каналів постачання сировини та збуту готової продукції. Для виживання, підприємствам необхідно впроваджувати оновлену політику діяльності і пристосовуватись до нового середовища роботи. Тому впровадження ефективного механізму антикризового управління стало глобальною проблемою, яка потребує вирішення.

Мета. Метою дослідження є обґрунтування доцільності використання антикризового плану як ефективного механізму функціонування підприємства в умовах кризи, який базується на 5 сферах діяльності: маркетингова сфера, інвестиційна сфера, сфера управління персоналом, сфера організаційного управління і операційного менеджменту, сфера фінансового управління.

Матеріали і методи. Матеріали дослідження є: 1) праці вітчизняних та зарубіжних авторів що поняття та механізмів антикризового управління; 2) електронні матеріали такі як, онлайн база даних та офіційні сайти підприємств.

В процесі дослідження було використано наступні наукові методи: узагальнення (для характеристики основних складових антикризового управління, визначення поняття та типів антикризового управління); синтезу (для визначення та компонування основної функціональної бази антикризового плану); аналізу (для підтвердження необхідності та ефективності дій в зазначених сферах діяльності); логічного узагальнення результатів (формулювання та підведення висновків)

Результати. У науковій статті узагальнено принципи антикризового управління. Визначено основні складові та ознаки типів антикризового управління відносно моменту настання кризи, а також їх завдання. Проаналізовано антикризовий план як механізм функціонування підприємства в умовах кризи. Розкрито сутність та поетапно описано створення антикризового плану. Запропоновано 5 основних сфер діяльності на основі яких слід створювати антикризовий план. Наведено приклади введення антикризових заходів в кожній сфері.

Антикризовий план є ефективним інструментом управління підприємством. Базується даний план на 5 сферах діяльності: маркетингова сфера, інвестиційна сфера, сфера управління персоналом, сфера організаційного управління і операційного менеджменту, сфера фінансового управління. Розглянуті сфери антикризового плану є тісно пов'язаними та не можуть функціонувати окремо, оскільки для запобігання або послаблення будь-якої кризи необхідно вживати заходів огразу в декількох сферах. Ці сфери були обрані, оскільки вони є найбільш важливими для стабільності та успіху підприємства. Кожна сфера має унікальні ризики, які потребують уваги для запобігання кризовим ситуаціям та мінімізації збитків.

Перспективи. В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на методах систематизації та упорядкування антикризових заходів на підприємствах, тобто вдосконалення механізмів, що підвищать швидкість реакції та введення антикризових заходів. Це необхідно для підвищення кризостійкості підприємств та створення більш стабільної соціально-економічної системи.

Ключові слова: криза, управління, антикризове управління, механізм, антикризова діяльність.

Summary. Introduction. Based on the results of the analysis of most domestic enterprises, it can be concluded that due to the rapid growth of the crisis situation, significant difficulties have arisen in the conduct of activities, which directly affected the efficiency of enterprises. There is a significant destabilization in the socio-economic system, which leads to a decrease in the level of economic, political and demographic indicators of the system. As a result, enterprises face problems in the supply and sales process, such as imbalance between timeliness of supply and production, insufficient resource potential, closure of some raw material supply channels and sales of finished products. To survive, enterprises need to implement an updated policy and adapt to the new working environment. Therefore, the implementation of an effective anti-crisis management mechanism has become a global problem that needs to be solved.

Purpose. The purpose of the study is to justify the usefulness of the use of the anti-crisis plan as an effective mechanism for the functioning of the enterprise in the conditions of crisis, which is based on 5 spheres of activity: the marketing sphere, the investment area, the sphere of personnel management, the scope of organizational management and operational management, and the area of financial management.

Materials and Methods. Research materials are: 1) the work of domestic and foreign authors that concepts and mechanisms of anti-crisis management; 2) electronic materials such as, online database and official websites of enterprises.

In the process of the study, the following scientific methods were used: generalization (to characterize the main components of anti-crisis management, definition of the concept and types of anticrisis control); synthesis (to define and compile the main functional base of the anti-crisis plan); analysis (to confirm the necessity and effectiveness of actions in the specified spheres of activity); logical generalisation of results (formulating and drawing up conclusions).

Results. The scientific article generalizes the principle of anti-crisis management. Determined the main components and characteristics of types of anti-crisis management in relation to the time of the crisis, as well as their tasks. Analysis of the anti-crisis plan as a mechanism for the operation of the enterprise in conditions of crisis. The essence is revealed and the creation of an anti-crisis plan is described step by step. There are five main areas of activity on the basis of which an anti-crisis plan should be created. Examples of introduction of anti-crisis measures in each area are given.

An anti-crisis plan is an effective tool for corporate management. This plan is based on 5 areas of activity: marketing, investment, personnel management, organizational management and operational management, and financial management. The areas under consideration of the anti-crisis plan are closely related and cannot function separately, since to prevent or mitigate any crisis it is necessary to take action at once in several areas. These areas have been chosen as they are most important for the stability and success of the enterprise. Each area has unique risks that require attention to prevent crisis situations and minimize losses.

Discussion. Further scientific research proposes to focus on methods of systematization and ordering anti-crisis measures in enterprises, i.e. improvement of mechanisms that will increase the speed of reaction and the introduction of anti-crisis measures. This is necessary to increase the crisis resistance of enterprises and to create a more stable socio-economic system.

Key words: crisis, management, anti-crisis management, mechanism, anticrisis activities.

Постановка проблеми. Сучасна економічна дійсність змушує керівників підприємств приймати рішення за умов невизначеності. В умовах фінансової та політичної нестабільності підприємницької діяльності загрожує різні кризові ситуації, результатом яких може стати неспроможність підприємства або його банкрутство. Наявність антикризового управління на підприємстві дозволяє йому бути привабливішим для інвесторів, постійно розвиватись та тримати міцні позиції у випадку виникнення кризових становищ.

На даний момент питання необхідності використання антикризового менеджменту, як важливої частини функціонування підприємства не викликає жодних сумнівів, проте на вітчизняному ринку, важко знайти підприємство, яке б постійно використовувало антикризові механізми, а не тільки тоді, коли виникає в цьому потреба. Найчастіше це явище пояснюється тим, що використання превентивних механізмів антикризового управління є занадто затратним як у часі, так і фінансово, а також не завжди ефективним. Інструмент, який

дозволить більш ефективно проводити антикризове управління є антикризовий план.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

В сучасних умовах, проблема антикризового менеджменту, зокрема використання такого його інструменту як антикризовий план, викликає великий інтерес як в українських, так і в закордонних вчених. Аналіз, наукової літератури показав, що питання антикризового управління досліджується достатньо широко великою кількістю науковців, серед яких такі як Гасанов С. С. [1], Штангрет А. М. [1], Котляревський І. С. [1], Воронкова Т. Є. [2], Приймак Я. В. [2], Пріб К. А. [3], Гаврилко Т. О. [4], Пілецька С. Т. [5]. та багато інших. Проте, недостатньо дослідженим є питання розробки антикризового плану, як одного з інструментів антикризового менеджменту, що і зазначає актуальність даного дослідження.

Метою статті є дослідження теоретичних основ розробки антикризового плану як ефективного механізму функціонування підприємства в умовах кризи.

Матеріали і методи.

Матеріали дослідження є: 1) праці вітчизняних та зарубіжних авторів що поняття та механізмів антикризового управління; 2) електронні матеріали такі як, онлайн база даних та офіційні сайти підприємств.

В процесі дослідження було використано наступні наукові методи: узагальнення (для характеристики основних складових антикризового управління, визначення поняття та типів антикризового управління); синтезу (для визначення та компонування основної функціональної бази антикризового плану); аналізу (для підтвердження необхідності та ефективності дій в зазначених сферах діяльності); логічного узагальнення результатів (формулювання та підведення висновків)

Виклад основного матеріалу. Антикризове управління є одним із найважливіших опор для стабільного існування підприємства, яке можна визначити як управління, в якому поставлено певним чином передбачення небезпеки кризи, аналіз його симптомів, заходів для зниження негатив-

них наслідків кризи і використання його факторів для наступного розвитку [1]. З метою передбачення небезпеки виникає необхідність у проведенні постійного контролю за сигналами, що можуть передувати виникненню кризової ситуації на підприємстві. Причини виникнення таких ситуацій можуть знаходитись як у внутрішньому середовищі підприємства, так і в зовнішньому.

Залежно від стадії кризи та стану економічної системи виділяють три основні види антикризового управління — превентивне, реактивне і посткризове, які принципово відрізняються між собою [3]. Превентивне антикризове управління спрямоване на запобігання виникненню потенційних криз, шляхом розробки стратегій і впровадження заходів з виявлення та аналізу кризових явищ. Реактивне управління використовується для вирішення кризових ситуацій у режимі реального часу. При даному типі управління передбачається мобілізація ресурсів, розробка планів реагування на кризу та їх оперативного впровадження для контролю та пом'якшення збитків, завданих кризою. Посткризове управління необхідне для ліквідації наслідків кризи, стабілізації діяльності підприємства та адаптації до нових умов діяльності.

З метою обґрунтування сутності антикризового управління на наступному етапі означимо об'єкт, предмет і суб'єкт антикризового управління, що представлені на рис. 1.

Об'єкт — явища, що виникають у внутрішньому або зовнішньому середовищі та дестабілізують функціонування підприємства. Предмет — засоби, що використовуються для передбачення та протидії кризових явищ. Суб'єкти — власники та менеджери, що реалізують антикризові заходи та механізми.

Сутність антикризових заходів та механізмів полягає у завданні антикризового управління, основними з яких є наступні:

- проведення аналізу підприємства з метою передбачення можливих кризових явищ;
- проведення антикризових превентивних заходів з метою профілактики виникнення кризових ситуацій;

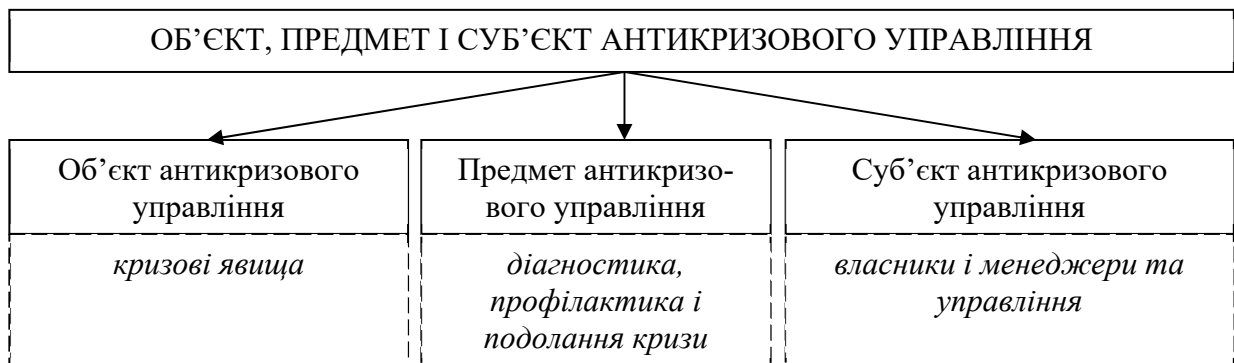


Рис. 1. Об'єкт, предмет і суб'єкт антикризового управління підприємства
Джерело: розроблено авторами на підставі [2]

- проведення антикризових заходів з метою пом'якшення впливу кризової ситуації на функціонування підприємства;
- введення антикризових заходів для управління динамікою проходження кризи;
- виконання функцій забезпечення життєдіяльності компанії в кризовому стані.

Завдання антикризового управління виконуються за допомогою певних антикризових механізмів, інструментів та заходів. Необхідно відзначити, що антикризове управління в першу чергу направлене на запобігання виникнення кризи на підприємстві, а за умови кризового стану, виникає необхідність у застосуванні інструментів, заходів та механізмів, що направлені на його подолання.

Одним із механізмів, що може ефективно врегулювати значну частину потенційних криз є антикризовий план, який варто розробляти не тільки під час подолання кризи, що вже виникла на підприємстві, але й під час стабільного функціонування даного підприємства з метою її запобігання. Основною метою антикризового плану є передбачення та прискорення реакції на всі потенційні кризи. Його основне завдання полягає у виявленні, моделюванні та врегулюванні очікуваних кризових ситуацій, які можуть виникнути в процесі діяльності підприємства. Таким чином, цей антикризовий механізм буде ефективним рішенням для врегулювання більшості загроз, які можуть виникнути в процесі діяльності підприємства.

Запропонований план є комплексним рішенням для здійснення превентивного, реактивного та посткризового управління на підприємстві. Він дозволяє ефективно виконувати всі завдання антикризового управління, включаючи безперервний моніторинг та покращення результатів діяльності. Крім того, план є доступним як з точки зору фінансових, так і з точки зору часових інвестицій, що усуває необхідність найму додаткового персоналу для реалізації плану. Антикризовий план складається з шести етапів, а саме:

1. Створення антикризової команди;
2. Дослідження можливих криз, які можуть впливати на функціонування підприємства;
3. Оцінка ймовірності виникнення криз та можливої шкоди від їх впливу;
4. Створення програм запобігання криз та оздоровлення підприємства;
5. Затвердження плану;
6. Контроль за реалізацією антикризового плану.

На першому етапі відбувається створення антикризової команди, яка буде складатись з людей, які б могли повністю покрити всі ризики, що виникають на підприємстві у своїй сфері. Необхідною умовою є досконале розуміння учасниками команди своєї функціональної сфери. Основним завданням команди буде прогнозування, моделювання та оцінка криз, що можуть виникнути на підприємстві, складання протоколів дій для запобігання або реагування на ці кризи. Для ефективного функціонування команди необхідно сформувати чіткі сфери діяльності та до кожної сфери обрати працівника або управлінця, який зможе конкретно передбачити та діагностувати кризи, що можуть виникати у його напрямку. Одним із способів розподілу антикризового плану на сфери може бути розподіл на антикризові програми, що зображені на рис. 2 [4].

Відповідно до наведеної схеми, антикризову програму діяльності підприємства можна розглядати у таких напрямках: маркетингова політика, управління персоналом, фінансове управління, інвестиційна політика та управління інвестиціями, організаційне управління і операційний менеджмент. Відповідно до цього, може бути виділено п'ять основних сфер діяльності антикризового плану: маркетингова сфера, інвестиційна сфера, сфера управління персоналом, сфера організаційного управління і операційного менеджменту, сфера фінансового управління.

Маркетингова сфера дозволить передбачати кризи пов'язані зі змінами на ринку, на якому

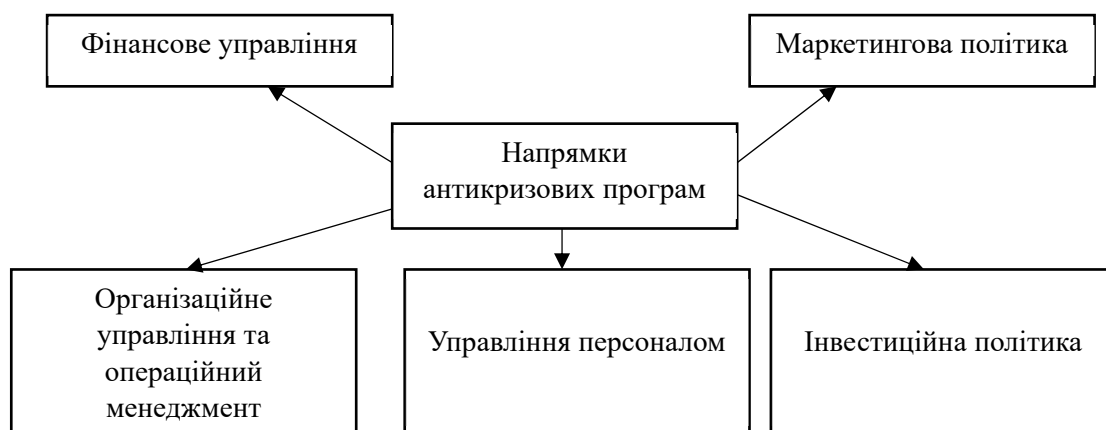


Рис. 2. Напрямки антикризових програм
Джерело: складено авторами на підставі [4]

працює компанія. Простим прикладом актуальності маркетингової сфери є запобігання кризі збуту, адже при виявленні зниження попиту на продукцію компанії, можна швидко перепрофілювати діяльність підприємства. Інвестиційна сфера відповідає не тільки за правильний розподіл коштів, але й за стратегічну діяльність підприємства. Сфера

управління персоналом відповідає за якість кадрового потенціалу. Сфера організаційного управління і операційного менеджменту відповідає за загальний внутрішній стан підприємства, моніторинг ризиків, які можуть виникнути через прийняту організаційну структуру на підприємстві. Сфера фінансового управління відповідає за правильний

Таблиця 1

Приклади проведення антикризових заходів при реалізації антикризових програм

Сфера	Компанія	Приклади заходів
Маркетингова	SkyUp 2020 рік	Через пандемію Covid-19 ринок авіаперевезень у 2020 році сильно скоротився, у результаті чого різні авіакомпанії втратили значну частину прибутку. Компанією було проведено маркетингове дослідження на 2020 рік. Управління компанії SkyUp дійшло висновку, що їм варто диференціювати свої послуги і переобладнали літаки Boeing 737–800 з пасажирських у вантажні [5]. Таким чином компанія пом'якшила вплив кризи на свою діяльність. І цілком зрозуміло, що потрібно було перевчати працівників та переобладнувати літаки, а для цього необхідно задіяти інвестиційну сферу та сферу управління персоналу.
Інвестиційна	Opware, Inc. (Micro Focus) 2003 рік	У 2003 році головним користувачем компанії була одна юридична особа — EDS (Electronic Data Systems), 90% всіх надходжень компанії були саме від цієї юридичної особи. У 2003 році управління компанії EDS захотіло змінити свого постачальника, оскільки вважали, що продукт конкурента TES (Tangram Enterprise Solutions) є привабливішим для них. Якщо б Opware, Inc. втратила свого основного споживача, це б завдало нищівного удару по компанії і призвело б до втрати прибутку на довгий термін. У 2004 році управління компанії дійшло висновку, що можна купити TES, отримати всі розробки цієї компанії та продовжити співпрацю з EDS. Так і було зроблено, Opware, Inc. поглинуло Tangram Enterprise Solutions в лютому 2004 року [7].
Управління персоналом	Southwest 2018 рік	Варто зауважити, що сфера управління персоналом є важливим чинником, позитивні результати якого важко замітити, але у разі бездіяльності цього механізму, негативні результати буде видно одразу. Прикладом якісної роботи сфери управління персоналом є менеджмент компанії з авіаперевезень Southwest. У 2018 році, на одному із літаків даної компанії сталась аварія — двигун спалахнув у небі, в результаті цієї аварії загинула одна людина, пілоти здійснили аварійну посадку у Філадельфії. Компанія ж швидко реагувала на все, що трапилось. Всіх пасажирів обстежили і швидко відправили на інший рейс, з мінімальними затримками. Було проведено багато дій у зв'язку з громадськістю, також було виплачено компенсацію усім пасажиром рейсу. Компанія мала спеціальний відділ, який слідкував за розповсюдженням неправдивої інформації, швидко відповідав на всі повідомлення в соціальних мережах та надавав оперативну правдиву інформацію про реальний стан ситуації [8]. Все це є результатом налагодженої роботи колективу в середині підприємства, хоча компанія отримала шкоду своїй репутації та мала фінансові втрати, вони були мінімальними. Якщо б компанія спробувала вжити інші методи або мала меншу оперативність своєї інформаційної діяльності, то пізніше, через різні судові процеси, втрати репутації та коштів були б значно більшими.
Організаційне управління і операційний менеджмент	Burger King 2010 рік	Через слабе управління мережа ресторанів швидкого харчування Burger King занепадала, меню було заплутаним, кардинальних змін в мережі не було уже більше 10 років, з кожним днем клієнтів ставало менше. У 2013 році мережу Burger King викупила інвестиційна компанія 3G Capital і назначила головним управлінцем Данієля Шварца. Даніель провів ряд змін в організаційного управління, замінив менеджерів середньої ланки та роздав їм пакети акцій компанії для стимуляції, також були проведені зміни в меню [9]. Варто зазначити, що Даніель діяв у всіх напрямках антикризової програми. Оскільки було проведено і скорочення видатків, наприклад продаж літака, який належав компанії, проведені і інвестиційні зміни, була введена франшиза.
Фінансове управління	Amazon 2000 рік	При правильному фінансовому управлінні можна підготуватись до кризи так, щоб навіть при проходженні найгіршого сценарію кризи, компанія вижила і продовжила існувати. Прикладом такої сфери управління є компанія Amazon, яка пережила крах доткомів у 2000 році. Перед кризою компанія стала публічною і залучила 54 мільйони доларів на ринку NASDAQ, що дозволило їй створити хорошу фінансову подушку [10]. У результаті компанія мала кошти для фінансування свого розвитку після кризи дот-комів.

Джерело: згруповано авторами на підставі [6; 7; 8; 9; 10]

розподіл фінансів між різними підрозділами підприємства.

Приклади проведення антикризових заходів у розглянутих сферах наведені в таблиці 1.

Необхідно відзначити, що для запобігання кризової ситуації заходи можуть вживатись одразу в декількох сферах.

Таким чином, віще перелічені напрями антикризових програм дозволяють покривати більшість можливих криз, що можуть виникнути на підприємстві, а команда виконавців, що задіяна для їх реалізації, повинна працювати злагоджено та досягати єдиної мети.

Другим етапом плану є дослідження можливих криз, які можуть впливати на функціонування підприємства. Саме на цьому етапі основними функціями команди є дослідження діяльності підприємства та прогнозування виникнення можливих криз. Експерти проводять конкретний аналіз діяльності підприємства за своїми напрямками, при паралельному залученні інших працівників для консультування.

На третьому етапі — оцінка ймовірності виникнення криз та можливої шкоди від їх впливу, проводиться оцінка наслідків виникнення кожної кризи та визначення засобів її запобігання. При цьому, методи оцінки ризику можуть відрізнятись або комбінуватись. Для суб'єктивної оцінки використовувати методи експертних оцінок, а вже для об'єктивності можна додавати певні статистичні або розрахунково аналітичні дані. Надалі всі учасники повинні висвітлити результати свого аналізу, та провести необхідні корекції.

На четвертому етапі розробляються програми запобігання криз та оздоровлення підприємства. На даному етапі експерти об'єднують отримані знання, а за результатами отриманої інформації складаються протоколи, які координують дії у всіх напрямках.

П'ятий етап — це етап затвердження плану усіма учасниками команди. Готовий план містить програму діагностики загрози виникнення кризових явищ, план реактивного реагування на кризові явища та план оздоровлення підприємства.

На шостому етапі проводиться перевірка для оцінки виконання програм запобігання кризі та ініціатив з оздоровлення підприємства. Інспекція передбачає перевірку ефективності дій антикризової команди, оцінку дотримання затверженому плану, а також виявлення будь-яких відхилень або сфер, що потребують вдосконалення. Результати

перевірки потім аналізуються, щоб врахувати їх у майбутніх ітераціях антикризового плану та забезпечити готовність підприємства до подолання потенційних кризових ситуацій.

Сутність антикризового управління, перш за все, у запобіганні або пом'якшенні впливу кризи на діяльність підприємства. Для ефективного запобігання та врегулювання кризового явища необхідно розуміти це явище, проводити оцінку, діагностику та моніторинг показників, які дозволять передбачити, підготуватись і зреагувати на кризу. Для систематизації і підвищення ефективності антикризового управління автором запропоновано антикризовий план, як ефективний механізм врегулювання кризової ситуації на підприємстві, що не потребує великих фінансових та часових витрат. Даний механізм складається з шести послідовних етапів, які призначені для запобігання та реагування на потенційні кризи на підприємстві. Етапами створення плану є: формування антикризової команди, вивчення можливих криз, оцінка ймовірності та збитків, розробка програм запобігання, затвердження плану та перевірка виконання програми. При проведенні антикризового планування команді необхідно зосередитись на 5 функціональних підсистемах підприємства, а саме: маркетинг, управління персоналом, фінансовий менеджмент, інвестиції та організаційно-операційний менеджмент. Результати перевірок аналізуються для подальшого вдосконалення.

Висновки і перспективи подальших досліджень. На сьогоднішній день антикризове управління є важливою частиною управлінської діяльності підприємства. Для успішного проведення антикризового управління всі заходи слід чітко систематизувати для швидкого реагування на виникнення кризових ситуацій. Одними із таких ефективних інструментів запропоновано вважати антикризовий план, який базується на 5 сферах діяльності: маркетингова сфера, інвестиційна сфера, сфера управління персоналом, сфера організаційного управління і операційного менеджменту, сфера фінансового управління. Розглянуті сфери антикризового плану є тісно пов'язаними та не можуть функціонувати окремо, оскільки для запобігання або послаблення будь-якої кризи необхідно вживати заходів одразу в декількох сферах. Ці сфери були обрані, оскільки вони є найбільш важливими для стабільності та успіху підприємства. Кожна сфера має унікальні ризики, які потребують уваги для запобігання кризовим ситуаціям та мінімізації збитків.

Література

1. Гасанов С. С., Штангрет А. М., Котляревський І. С. Антикризове корпоративне управління: теоретичні та прикладні аспекти та ін. К.: ДННУ «Акад. фін. Управління», 2012. 301 с.
2. Воронкова Т. С., Приймак Я. В. Трансформація антикризового управління в сучасних економічних умовах. Ефективна економіка. 2021. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9447>; doi: 10.32702/2307-2105-2021.10.96 (дата звернення: 10.03.2023)
3. Пріб К. А. Антикризове управління підприємством на різних стадіях перебігу фінансово-економічної кризи. Культура народів Причорномор'я. 2012. № 221. С. 95–99.
4. Гаврилко Т. О., Лабунський Д. О. Управління діяльністю підприємства в умовах кризи. Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. 2010. № 26.
5. Пілецька М. Т., Петровська С. В. Інструменти маркетингу в антикризовому управлінні. Економічний вісник Донбасу. 2020. № 2 (60). С. 158–164.
6. Офіційний сайт SkyUp Airlines. SkyUp Airlines. URL: <https://skyup.aero/uk/news> (дата звернення: 07.03.2023).
7. Онлайн база даних Crunchbase. Crunchbase. URL: <https://www.crunchbase.com/acquisition/opsware-acquires-tangram-enterprise-solutions-9ed781f1> (дата звернення: 30.03.2023)
8. 2018's Best Crisis Management Response | Hennes Communications. Hennes Communications. URL: <https://www.crisiscommunications.com/2018s-best-crisis-management-response-the-crisis-was-live-southwest-airlines-was-ready/#:~:text=On%20April%202017,%202018,%20on,immediately,%20the%20crisis%20went%20public> (дата звернення: 30.03.2023).
9. Baertlein L. Burger King agrees sale to 3G Capital. Новинне видання Reuters. URL: <https://www.reuters.com/article/us-burgerking-idUSTRE6801CB20100902> (дата звернення: 13.03.2023).
10. Folger J. 5 Successful Companies That Survived the Dot-Com Bubble. Investopedia. URL: <https://www.investopedia.com/financial-edge/0711/5-successful-companies-that-survived-the-dotcom-bubble.aspx#:~:text=The%20dot-com%20bubble%20is,dot-com%20sector%20to%20crash> (дата звернення: 07.03.2023).

References

1. Hasanov S. S., Shtanhret A. M., Kotliarevskiy I. S. (2012). Antykryzove korporatyvne upravlinnia: teoretychni ta prykladni aspekty ta in. [Anti-crisis corporate management: theoretical and applied aspects, etc.] K.: DNNU «Akad. fin. Upravlinnia», 301 s. [in Ukrainian].
2. Voronkova T. Ye., Pryimak Ya. V. (2021). Transformatsiia antykryzovoho upravlinnia v suchasnykh ekonomichnykh umovakh [Transformation of anti-crisis management in modern economic conditions]. Efektyvna ekonomika. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9447>; doi: 10.32702/2307-2105-2021.10.96 (date of access: 10.03.2023). [in Ukrainian].
3. Prib K. A. (2012). Antykryzove upravlinnia pidpriemstvom na riznykh stadiakh perebihu finansovo-ekonomichnoi kryzy [Anti-crisis management of the enterprise at various stages of the course of the financial and economic crisis]. Kultura narodov Prychernomoria. [in Ukrainian].
4. Havrylko T. O., Labunskiy D. O. (2010). Upravlinnia diialnistiu pidpriemstva v umovakh kryzy [Management of enterprise activities in crisis conditions]. Problemy pidvyshchennia efektyvnosti infrastruktury. [in Ukrainian].
5. Piletska S. T.; Petrovska, S. V. (2020). Instrumenty marketynhu v antykryzovomu upravlinni [Marketing tools in anti-crisis management]. Ekonomichnyi visnyk Donbasu. [in Ukrainian].
6. Ofitsiyniy sait SkyUp Airlines. SkyUp Airlines. URL: <https://skyup.aero/uk/news> (date of access: 07.03.2023). [in English].
7. Online database Crunchbase. Crunchbase. URL: <https://www.crunchbase.com/acquisition/opsware-acquires-tangram-enterprise-solutions-9ed781f1> (date of access: 30.03.2023). [in English].
8. 2018s Best Crisis Management Response | Hennes Communications. Hennes Communications. URL: <https://www.crisiscommunications.com/2018s-best-crisis-management-response-the-crisis-was-live-southwest-airlines-was-ready/#:~:text=On%20April%202017,%202018,%20on,immediately,%20the%20crisis%20went%20public> (date of access: 30.03.2023). [in English].
9. Baertlein L. Burger King agrees sale to 3G Capital. Novynne vydannia Reuters. URL: <https://www.reuters.com/article/us-burgerking-idUSTRE6801CB20100902> (date of access: 13.03.2023). [in English].
10. Folger J. 5 Successful Companies That Survived the Dot-Com Bubble. Investopedia. URL: <https://www.investopedia.com/financial-edge/0711/5-successful-companies-that-survived-the-dotcom-bubble.aspx#:~:text=The%20dot-com%20bubble%20is,dot-com%20sector%20to%20crash> (date of access: 07.03.2023). [in English].

УДК 330.138: 330.8 (510)

Гуй Хуачжи

*аспірантка кафедри загальної економічної теорії та економічної політики
Одеського національного економічного університету*

Gui Huazhi

*Post-Graduate Student of the
General Economic Theory and Economic Policy Department
Odesa National Economic University
ORCID: 0000-0003-4671-3930*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8760

ЕКОНОМІЧНА НАУКА В КНР ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРІЇ ВАРТОСТІ

ECONOMIC SCIENCE IN THE PRC AND RESEARCH OF THE THEORY OF VALUE

Анотація. Розглядаючи теоретичні проблеми аналізу виробництва доданої вартості, китайські економісти ставлять і намагаються вирішити нові для них теоретичні питання. Чи можливо, що праця, що створює вартість, обмежена виробництвом матеріальних благ, якщо сектор послуг займає таку велику частку економіки? Чи можна розглядати працю у сфері послуг як таку, що виробляє вартість? Чи створює вартість праця, зайнята у сфері освіти та культурного виробництва? Чи може робота менеджерів створювати вартість? Чим вона відрізняється від інших видів економічної діяльності? Які відносини існують між створенням вартості та її розподілом на нинішній фазі економічного розвитку Китаю? Чи є теорія трудової вартості основою розподілу товарів у китайському суспільстві?

В літературі приділяється недостатньо уваги науковій інтерпретації трудової теорії вартості китайськими економістами стосовно нових історичних умов. Тому метою статті є розгляд досягнень китайської економічної науки у розробці найбільш фундаментальних методологічних проблем теорії вартості. У пошуках відповіді на історичні виклики політична економія в КНР намагається розширити межі застосування цієї теорії для аналізу сучасних проблем. Оскільки внесок у створення доданої вартості тих працівників, які безпосередньо не беруть участь у виробництві, зростає, китайська політична економія прагне знайти категоріальний спосіб наголосити на ролі працівників розумової праці; працівників, зайнятих збагаченням духовного життя людей чи наданням послуг суспільству. Насамперед, працівників науки та управління. Усі ці працівники розглядаються китайською економічною наукою як двигуни сучасного економічного зростання. При цьому китайські економісти виходять з того, що, зважаючи на значущість китайського досвіду для теорії та практики світового економічного розвитку в цілому, результати їх досліджень важливі також для багатьох інших країн.

Оскільки історичні умови змінилися, китайські вчені прагнуть передусім вирішити фундаментальне методологічне питання про релевантність трудової теорії вартості в нових умовах. Чи можна застосовувати її для пояснення сучасних економічних явищ та процесів? Як треба її використовувати та творчо розвивати? Тому в економічних дослідженнях важливе місце займають методологічні, теоретичні та практичні питання, що стосуються виробництва доданої вартості в умовах, коли створення вартості продуктивною працею більше не обмежується виробництвом матеріальних благ та поширюється на надання духовних послуг та послуг загалом, коли продуктивна праця більше не обмежується фізичною працею і дедалі більшу роль відіграє розумова праця, творча діяльність, інновації та управління.

Розглянуті в статті теоретичні дискусії свідчать про інтенсивну розробку і творчий розвиток китайськими вченими трудової теорії вартості як основи наукового аналізу сучасних проблем створення доданої вартості. Але при цьому відкриваються можливості розробки альтернативного теоретичного підходу до аналізу створення доданої вартості в сучасній економіці, виходячи з розгляду процесу розвитку елементів творчості у змісті складної праці.

Ключові слова: теорія вартості, китайська економічна наука, додана вартість, складна праця, сукупний робітник, продуктивна праця.

Summary. Considering the theoretical problems of the analysis of the production of added value, Chinese economists pose and try to solve new theoretical questions for them. Is it possible that value-creating labor is limited to the production of material goods if the service sector occupies such a large share of the economy? Can service labor be considered value-producing?

Does the labor employed in the field of education and cultural production create value? Can the work of managers create value? How does it differ from other types of economic activity? What is the relationship between value creation and its distribution in the current phase of China's economic development? Is the labor theory of value the basis of the distribution of goods in Chinese society?

In the literature, insufficient attention is paid to the scientific interpretation of the labor theory of value by Chinese economists in relation to new historical conditions. Therefore, the purpose of the article is to consider the achievements of Chinese economic science in the development of the most fundamental methodological problems of the theory of value. In search of an answer to historical challenges, political economy in the People's Republic of China tries to expand the limits of the application of this theory for the analysis of modern problems. As the value-added contribution of those workers not directly involved in production increases, Chinese political economy seeks to find a categorical way to emphasize the role of intellectual workers; workers engaged in enriching the spiritual life of people or providing services to society. First of all, employees of science and management. All these workers are considered by Chinese economic science as engines of modern economic growth. At the same time, Chinese economists proceed from the fact that, given the significance of the Chinese experience for the theory and practice of world economic development as a whole, the results of their research are also important for many other countries. Since the historical conditions have changed, Chinese scholars seek to solve the fundamental methodological question about the relevance of the labor theory of value in the new conditions. Can it be used to explain modern economic phenomena and processes? How should it be used and creatively developed? Therefore, an important place in economic research is occupied by methodological, theoretical and practical issues related to the production of added value in conditions when the creation of value by productive labor is no longer limited to the production of material goods and extends to the provision of spiritual services and services in general, when productive labor is no longer limited to physical work and intellectual work, creative activity, innovation and management play an increasingly important role. The theoretical discussions considered in the article testify to the intensive development and creative development of the labor theory of value by Chinese scientists as the basis of scientific analysis of modern problems of creating added value. But at the same time, the possibility of developing an alternative theoretical approach to the analysis of added value creation in the modern economy opens up, based on the consideration of the development of creativity elements in the content of complex work.

Key words: theory of value, Chinese economics, value added, complex labor, aggregate worker, productive labor.

Постановка проблеми. Розглядаючи теоретичні проблеми аналізу виробництва доданої вартості, сучасні економісти виходять із тих кардинальних змін у галузевій структурі народного господарства багатьох країн світу, які мали місце в ХХ ст. Перш за все, ці зміни виражаються у тенденції до зниження частки сільського господарства та промисловості у створенні доданої вартості. Очевидним історичним фактом є тенденція до скорочення частки робочої сили у цих двох секторах, тоді як частка робочої сили у сфері послуг, навпаки, збільшується. Дані про зайнятість показують, що, хоча абсолютна чисельність зайнятих в матеріальному виробництві росла, її частка у всіх розвинених країнах знизилася. Роль розумової праці у процесі створення доданої вартості має тенденцію до поступового збільшення, тоді як частка фізичної праці, що у секторі матеріальних благ, скорочується. У зв'язку з цим китайські економісти ставлять і намагаються вирішити нові для них теоретичні питання. Чи можливо, що праця, що створює вартість, обмежена виробництвом матеріальних благ, якщо сектор послуг займає таку велику частку економіки? Чи можна розглядати працю у сфері послуг як таку, що виробляє вартість? Чи створює вартість праця, зайнята у сфері освіти та культурного виробництва? Інша проблема, що постає перед китайськими вченими, полягає в тому, що для керівництва сучасним виробництвом потрібні управлінські команди високого інтелектуально-

го рівня. Тому виникають теоретичні питання, пов'язані з управлінською працею та її роллю у створенні вартості. Чи може робота менеджерів створювати вартість? Чим вона відрізняється від інших видів економічної діяльності? Які відносини існують між створенням вартості та її розподілом на нинішній фазі економічного розвитку Китаю? Чи є теорія трудової вартості основою розподілу товарів у китайському суспільстві?

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз досягнень китайської економічної науки зазвичай пов'язується у світовій літературі з розробкою проблем соціальної ринкової економіки та соціалізму з китайською специфікою. При цьому у центрі обговорення знаходиться питання, чи є сучасна китайська економіка соціалістичною чи капіталістичною. Прикладом може бути розгляд Джованні Аррігі послідовного переходу центру накопичення з Венеції до Голландії, з Голландії до Англії, з Англії до США та США до Китаю як єдиного історичного процесу накопичення капіталу. Він справедливо зазначає, що кожен наступний центр накопичення капіталу перевершує попередній за своїми масштабами і, насамперед, за чисельністю населення [1]. Але дослідник просто додає до цього історичного ланцюжка світового накопичення капіталу сучасний перехід центру накопичення в Китай. Але вся річ у тому, що таке додавання неправильно робити чисто механічно. Насправді географічне переміщення центру

США до Китаю означає не продовження процесу капіталістичного накопичення, а перехід до принципово нового суспільного способу накопичення, пов'язаного з планомірною організацією розвитку економіки. Таким чином, Дж. Аррігі висуває на передній план суто кількісну відмінність, але не помічає найважливішу якісну, політико-економічну особливість нового світового центру, пов'язану з принципово новим суспільним способом нагромадження. Водночас у літературі приділяється недостатньо уваги науковій інтерпретації трудової теорії вартості китайськими економістами стосовно нових історичних умов. У пошуках відповіді на історичні виклики політична економія в КНР намагається розширити межі застосування цієї теорії для аналізу сучасних проблем. Оскільки внесок у створення доданої вартості тих працівників, які безпосередньо не беруть участь у виробництві, зростає, китайська політична економія прагне знайти категоріальний спосіб наголосити на ролі працівників розумової праці; працівників, зайнятих збагаченням духовного життя людей чи наданням послуг суспільству. Насамперед, працівників науки та управління. Усі ці працівники розглядаються китайською економічною наукою як двигуни сучасного економічного зростання. При цьому китайські економісти виходять з того, що, зважаючи на значущість китайського досвіду для теорії та практики світового економічного розвитку в цілому, результати їх досліджень важливі також для багатьох інших країн.

Оскільки історичні умови змінилися, китайські вчені прагнуть передусім вирішити фундаментальне методологічне питання про релевантність трудової теорії вартості в нових умовах. Чи можна застосовувати її для пояснення сучасних економічних явищ та процесів? Як треба її використовувати та творчо розвивати? Тому в економічних дослідженнях важливе місце займають методологічні, теоретичні та практичні питання, що стосуються виробництва доданої вартості в умовах, коли створення вартості продуктивною працею більше не обмежується виробництвом матеріальних благ та поширюється на надання духовних послуг та послуг загалом, коли продуктивна праця більше не обмежується фізичною працею і дедалі більшу роль відіграє розумова праця, творча діяльність, інновації та управління [2]. Для цього китайські дослідники проводять ретельне дослідження питань, що виникають у кожному конкретному секторі економіки з метою поглибити розуміння різних способів створення доданої вартості. При цьому, хоча вони поєднують емпіричний аналіз з теоретичним, вихідним зазвичай є емпіричний підхід до аналізу: вони досліджують, чи створює праця вартість у кожній галузі, чим визначається величина цієї вартості, та, виходячи з цих емпіричних даних, роблять теоретичні висновки.

Виходячи з цього, метою статті є розгляд досягнень китайської економічної науки у розробці найбільш фундаментальних методологічних проблем теорії вартості. Методологічною основою статті є принцип конкретного історизму в аналізі економіки, згідно з яким об'єктивні економічні закони і відповідні їм принципи державної політики є в значній мірі специфічними для кожної даної історичної епохи, але при цьому їх послідовна зміна є не хаотичною, а історично глибоко закономірною.

Виклад основного матеріалу. Провідну роль у дослідженнях теорії вартості в КНР відіграє Шанхайська школа політичної економії, створена на початку 2000-х років професором Енфу Ченгом, яка прагне розкрити взаємозв'язок вартості, багатства та його розподілу в сучасній китайській економіці [3]. При цьому розмежовуються: теорія вартості, створюваної живою працею; факторна теорія багатства, що переносить акцент на споживацькі вартості товарів та сукупну факторну продуктивність; теорія розподілу та множинної власності, що означає множинні форми розподілу багатства, які ґрунтуються на факторі капіталу або на витратах праці залежно від різних форм власності. При цьому Шанхайська школа виходить з того, що вартість створює не тільки праця, зайнята виробництвом матеріальних благ, а й праця, що створює продукти культурного призначення для продажу на ринку або надає послуги для виробництва або відтворення матеріальних благ та культурних продуктів, а також праця, зайнята у сфері управління та інновацій, яка теж належить до продуктивної праці. Тим самим Шанхайська школа політичної економії поширює трудову теорію вартості практично на всі сфери економічної діяльності, які створюють як матеріальні, так і нематеріальні та культурні блага, включаючи послуги, та на опосередковано продуктивну працю, що бере участь у відтворенні робочої сили. Глава Шанхайської школи політичної економії Енфу Ченг вважає, що праця, яка створює не тільки матеріальні товари, а й інтелектуальні продукти для ринкового обміну, а також праця, необхідна для нормального відтворення робочої сили, є продуктивною. Його «нова унітарна теорія вартості, що створюється живою працею», прагне не відкинути фундаментальну методологію трудової теорії вартості, а поширити її на аналіз усіх секторів економіки, включаючи не тільки виробництво матеріальних товарів, а й створення культурних благ, відтворення робочої сили, яка включає себе управлінський досвід та наукові знання, а також домашню працю, яка в дусі сучасних феміністських економічних концепцій теж розглядається як продуктивна праця, що створює вартість [4]. Шанхайська школа виходить із того, що жива праця є єдиним джерелом вартості, але в процесі праці це не єдиний фактор,

необхідний для створення вартості. Інші виробничі фактори включають землю, капітал, технології та інформацію, а також природні ресурси та екологічне середовище. Багатство безпосередньо створюється усіма відповідними виробничими чинниками. Така факторна теорія багатства визнає, що в сучасному суспільстві створення вартості потребує ефективного з'єднання добре освіченої робочої сили та передових засобів виробництва у поєднанні з ефективним управлінням, з науковими дослідженнями та розробками, з освітою, що передає знання працівникам, з інформацією, яка необхідна для координації дій, з фактором навколишнього середовища, який є одним з обмежувачів зростання виробництва. Виходячи з цієї факторної теорії багатства, представники Шанхайської школи приходять до висновку, що для задоволення зростаючих і все більш різноманітних матеріальних і культурних потреб людей, треба розвивати потенціал усіх тих виробничих факторів.

Щодо розподілу багатства, то при аналізі цих проблем Шанхайська школа виходить із концепції множинної власності. Ці проблеми пов'язані, перш за все, з тим, що в сучасному Китаї діє система розподілу доходів, в якій переважає розподіл за працею, але при цьому співіснують різні способи розподілу. Аналіз цих проблем представниками Шанхайської школи спирається на прийняте в політичній економії фундаментальне методологічне розмежування праці та робочої сили як здатності до праці. Дотримуючись цього політико-економічного підходу, Шанхайська школа показує, що розподіл доходу за виробничими факторами включає, насамперед, розподіл на основі домінуючого фактора, в якості якого виступає не праця, а робоча сила. Праця є самостійним виробничим фактором, але розподіл доходу, керований ринковим механізмом, не відрізняє його від інших факторів виробництва, і в результаті фактором розподілу стає не сама праця, а робоча сила. Виходячи з цього, Енфу Ченг звертає увагу на низку непорозумінь щодо створення вартості та її зв'язку з розподілом. Він вважає неправильним розглядати трудову теорію вартості як наукову основу розподілу праці. З іншого боку, невірним є і твердження, що фактори виробництва та їх власники створюють вартість і на цій підставі беруть участь у її розподілі. Невірно, що лише ті, хто створює вартість, мають брати участь у її розподілі. Спільним джерелом цих помилок Енфу Ченг вважає плутанину, пов'язану зі змішанням процесу створення вартості та процесу її розподілу. Інші представники Шанхайської школи стверджують, що трудова теорія вартості пояснює здебільшого, що розподілятиме і в якій загальній кількості. Проте вона не стосується того, як розподіляти, оскільки це завдання теорії розподілу, а не теорії вартості. При цьому він також зазначає, що розподіл за працею безпо-

середньо не пов'язаний з теорією трудової вартості. Тому система розподілу в сучасному Китаї заснована не на трудовій теорії вартості, а на концепції множинної власності, що передбачає різноманітність різних форм власності на засоби виробництва [5, с. 14–16]. При цьому створення та розподіл вартості розглядаються як два окремі процеси. Той факт, що всі фактори беруть участь у розподілі новоствореної вартості, не означає, що вони створюють вартість. Вартість створюється працею, та її розподіл залежить від виробничих відносин, дуже різних залежно від форм власності у різних секторах економіки. Тому невірно говорити, що фактори виробництва створюють дохід, який вони отримують у вигляді розподілу. Шанхайська школа заперечує ідею про те, що китайська система розподілу, в якій розподіл за працею залишається домінуючим, але при цьому співіснують різні способи розподілу, заснована на принципах теорії трудової вартості. Вона вважає, що теорія трудової вартості має справу з походженням вартості, тоді як розподіл визначається власністю на засоби виробництва. Він також робить висновок, що, якщо розглядати теорію трудової вартості як основу системи розподілу, це може спричинити плутанину.

Практично всі представники Шанхайської школи згодні з Енфу Ченгом у тому, що розподіл відповідно до внеску факторів виробництва — це просто форма, суть якої — розподіл відповідно до власності. При цьому сума, одержувана власниками різних чинників виробництва, визначається різними критеріями. Наприклад, серед власників капіталу вартість може розподілятися не за тим, скільки створює кожне підприємство, а за кількістю капіталу, вкладеного у виробництво. У відповідності з об'єктивним законом міжгалузевої конкуренції та утворення середньої норми прибутку власники капіталу в різних галузях отримують прибуток, пропорційний величині капіталу, але при цьому власники таких нетрудових факторів, як земля та позичковий капітал отримують доходи за специфічними об'єктивними законами ренти та відсотка. Гу Шутан йде ще далі і стверджує, що у китайській економіці вартість має розподілятися за граничною продуктивністю кожного фактора виробництва [6].

Китайські економісти справедливо виходять з того, що оскільки суспільство продовжує рухатися вперед, економічні теорії, включаючи трудову теорію вартості, повинні творчо розвиватися, щоб йти в ногу з часом, інакше вони будуть негативно, а не позитивно впливати на розвиток економічної науки і господарської практики. Оскільки сучасне китайське суспільство суттєво відрізняється від того, що уявляв Маркс, серед китайських економістів точаться гострі суперечки про зміст теорії трудової вартості. Під час цих дискусій деякі економісти стверджують, що теорія трудової вартості не відображає явищ господарської практики. Інші

вважають, що, такі ствердження пов'язані з відсутністю всебічного та глибокого розуміння цієї теорії [7]. При цьому розглядаються три аспекти трудової теорії вартості: чи створює вартість сфера послуг, чи створює вартість наука та технологія та як зрозуміти роль нетрудових факторів у розподілі доходу. Трудова теорія вартості трактується як наукова система, що може бути корисним інструментом для аналізу економічних явищ за умови, що вона буде правильно і досконало зрозуміла. Порівнюючи теорію трудової вартості з неокласичною теорією ринкових цін, більшість китайських економістів приходять до висновку, що остання приділяє більше уваги поверховості явищ господарського життя та техніці їх аналізу, що робить її менш глибокою, ніж перша.

Однак не всі китайські економісти погоджуються з цим. Наприклад, стверджується, що трудова теорія вартості може пояснити лише просте товарне виробництво та бартерну економіку, пропонуючи мало вказівок щодо загальних законів, які визначають ринкову ціну. При цьому трудовій теорії вартості приписується три передумови, а саме бартер, вільне використання всіх інших факторів виробництва та ідею про те, що праця за своєю суттю є фізичною. Критики вказують на те, що помилково виділяти ці три посилки з ланцюжка взаємопов'язаних посилок теорії і, отже, невірно, що теорія трудової вартості може працювати лише у простому товарному виробництві чи при бартері.

Не менш гострою є дискусія про розмежування продуктивної та непродуктивної праці, яка почалася в 1960-х роках і вирує вже понад півстоліття. При цьому консенсусу все ще не досягнуто. Багато економістів стверджують, що жива праця, зайнята виробництвом матеріальних продуктів, інтелектуальних продуктів і послуг створює вартість і, отже, є джерелом вартості. У цьому він бачить наукову основу для аналізу статусу та вкладу первинних, вторинних та третинних галузей у національний дохід та валовий національний продукт (ВНП). Інші, навпроти, стверджують, що праця створює вартість лише у тому випадку, якщо вона задіяна безпосередньо у виробництві товарів або є частиною підготовчих чи наступних стадій. Така продуктивна праця створює як споживчу вартість, так і вартість, тоді як інші види праці створюють лише споживчу вартість. Продуктивна праця включає як фізичну, так і розумову працю. Управлінська праця приватних підприємців не тільки є продуктивною працею, а й створює більшу вартість, ніж звичайна праця. Також стверджується, що праця у сфері послуг є продуктивною. Відношення обороту сфери послуг до валового внутрішнього продукту (ВВП) розглядається як ілюстрація цього підходу. Хід думок такий: є нематеріальні продукти праці. До них належать сервісні товари, які мають споживчу

вартість. Вони також мають вартість, тому праця, яка надає ці послуги, є продуктивною. Тому робиться висновок, що третинні галузі виробляють вартість, виходячи з нової системи національних рахунків. Вважається також, що доти, доки праця може задовольняти суспільні потреби, вона є продуктивною.

Однак з цим згодні не всі китайські економісти. Деякі стверджують, що головна відмінність між продуктивною та непродуктивною працею полягає в характері праці, а не в галузі, в якій працює людина. Одну з причин, через яку від економістів, як і раніше, вислизала згода з цього питання, полягає у тому, що вони не повною мірою враховують цю принципову відмінність. Тому пропонується використовувати унітарну теорію вартості визначення того, які види праці створюють вартість. Але той факт, що праця приносить прибуток, ще не означає, що вона створює вартість.

Більшість сучасних китайських економістів згодні з тим, що праця, зайнята в матеріальному товарному виробництві, в деяких частинах третинного сектора, а також управлінська праця і наукова творчість є продуктивними, і лише деякі вчені стверджують, що продуктивною є тільки праця, зайнята в матеріальному товарному виробництві. Вони виходять з того, що лише абстрактна праця у виробництві матеріальних товарів може створювати вартість. На їх думку, хоча праця, що просуває технології, знання чи художню роботу, важлива, її функція в задоволенні потреб людей недостатня для того, щоб гарантувати їй статус продуктивної праці. Те саме стосується і праці у сфері освіти та охорони здоров'я, яка не є продуктивною, хоча і необхідна для суспільства. Ці автори виступають проти змішування цих галузей із матеріальним товарним виробництвом. Іншим предметом теоретичних дискусій є питання про те, чи має теорія вартості бути унітарною чи плюралістичною. У цій дискусії деякі китайські економісти виступають проти твердження про те, що капітал, земля та праця об'єднуються для створення вартості, виходячи з класичного уявлення про те, що жива праця створює вартість, тоді як вартість засобів виробництва лише переноситься на готовий продукт. З того факту, що в розвинених країнах спостерігається різке зростання загального обсягу виробництва, не можна зробити висновок, що нетрудові фактори виробництва створюють вартість. Феномен збільшення маси вартості при відносному зменшенні використання живої праці у матеріальному виробництві в міру його автоматизації пояснюється тим, що, незважаючи на відносне скорочення витрат живої праці у промисловому виробництві, її підвищена складність сприяє створенню більшої маси вартості. Натомість у Китаї існують і протилежні точки зору. Деякі дослідники стверджують, що ключем до розуміння ролі

капіталу, технологій та управлінського досвіду є перехід від трудової теорії вартості праці до теорії факторів виробництва. Ці автори заперечують, що лише жива праця створює вартість. Їх аргументація така: якщо ми заперечуємо, що уречевлена праця може створювати вартість, то твердження про те, що наука і технологія є продуктивною силою, не витримує критики. Але інші економісти висловлюються проти цієї думки, посиляючись на те, що уречевлена праця не може створювати вартість, і вся додаткова вартість створюється живою працею. Проте деякі автори стверджують, що капітал, наука, нові технології, знання та інформація створюють вартість і прагнуть побудувати на цьому фундаменті нову інтегральну теорію вартості. Навколо ролі науки та технологій у створенні вартості продовжуються інтенсивні академічні дебати, які відображають їхню зростаючу роль та вплив у сучасному суспільстві. Велика група економістів вважає, що наука та технологія створюють цінність. Вони стверджують, що ототожнення уречевленої праці з капіталом та обмеження створення додаткової вартості живою працею є теоретичним спотворенням теорії трудової вартості. Вони зазначають, що насправді відносна додаткова вартість та надмірна додаткова вартість виникають головним чином за рахунок уречевленої праці. Таким чином, наука і технологія створюють додаткову вартість за допомогою уречевленої праці, доводячи тим самим, що вони є первинною продуктивною силою. Їх опоненти вважають невірним говорити, що техніка, як один із факторів виробництва, який створює лише споживчу вартість, але не створює жодної вартості.

Третя група економістів стверджує, що наука та технологія можуть створювати вартість за певних умов. Вони виходять із того, що коли нові технології та обладнання впроваджуються у виробництво, кінцева продукція буде вироблятися з меншими витратами робочого часу, ніж суспільно необхідні. У цьому випадку нові технології та обладнання не тільки передають вартість, а й створюють нову вартість, приносячи власнику надлишкову додаткову вартість. Ці автори вважають, що, хоча інші фактори не створюють вартість безпосередньо, як праця, але вони беруть участь у процесі як важливі детермінанти, так само, як основний капітал може працювати на збільшення відносно додаткової вартості. Китайські економісти виходять з того, що продуктивна праця включає не тільки фізичну працю, як у фабричного робітника, але і розумову працю, як, наприклад, в інженера чи вченого. Усуспільнення виробництва сприяє кооперації різних видів праці, і праця на сучасному підприємстві набуває спільного характеру, поєднуючи поділ праці та кооперацію працівників. Таким чином, зміст сучасної продуктивної праці набагато багатший, ніж, наприклад, в умовах

простого товарного виробництва, і виражається поняттями сумісної праці та сукупного працівника. На відміну від простого товарного виробництва в структурі сукупного працівника промислового підприємства функції фізичної та розумової праці значною мірою поділяються, вони вже не належать до того самого індивідуального виробника і натомість стають невід'ємними частинами сукупного працівника, що створює вартість. Якщо індивідуальна праця визнається частиною праці сукупного працівника, вона є продуктивною, незалежно від свого змісту та від того, яку функцію вона виконує у складі сукупного працівника. Будь-яка складова сукупної праці належить до продуктивної праці. У складі сукупного працівника деякі люди працюють як працівники фізичної праці, а деякі як розумові працівники, наприклад, менеджери та інженери, але всі вони створюють вартість. Зокрема, продуктивна праця сукупного працівника включає працю з управління великим суспільним виробництвом, тому що спільна праця в такому виробництві об'єктивно потребує управління для координації роботи кожного робітника.

Однією з найгостріших проблем у політичній економії китайські економісти вважають проблему складної праці. Критики політико-економічного підходу, починаючи з О. Бем-Баверка, часто посиляються на це питання як на підставу для відмови від трудової теорії вартості, і це надає подальшим дослідженням проблеми складної праці великого теоретичного та практичного значення. Політична економія розглядає складну працю як помножений простий труд, так що менша кількість складної праці вважається рівною більшій кількості простої праці. При цьому різні пропорції, в яких різні види праці зводяться до простої праці як одиниці виміру, встановлюються суспільним процесом, що відбувається за спиною виробників. Всяка праця, складніша, ніж середня праця, становить витрату робочої сили більш дорогої категорії. Підготовка такої складної робочої сили коштує більше часу та праці. Тому вона має більш високу вартість, ніж некваліфікована робоча сила, здатна лише до простої праці. Відповідно вона реалізується в процесі складнішої праці, що створює в рівний час пропорційно вищі вартості, ніж проста праця.

Проста праця — це здатність до праці, якою всі звичайні люди мають, не будучи розвинені якимось особливим чином. Вона має різну природу у різних країнах й у різний час, але залишається відносно стійкою величиною у даному суспільстві і є мірою вартості. Складна праця, навпаки, передбачає робочу силу, що перевищує середню за рівнем необхідної підготовки. Вартість, створювана складною працею, перевищує вартість, створювану простою працею. Для пояснення цього факту професор ЕнфуЧенг використовує концепцію природного часу праці (зовнішня шкала) та

часу інтенсивності праці (внутрішня шкала) як інструмент розуміння редукції складної праці до простого. Час інтенсивності праці він розглядає як час, необхідний робітнику для створення певної споживчої вартості при заданій інтенсивності праці. Складна праця створює більшу вартість, ніж проста праця, тому що працівник складної праці повинен бути навчений. Під час навчання окремих робітників витрачає час, який ми приймаємо за A годин, і несе витрати на навчання, виражені в товарах, суспільно необхідний робочий час для виробництва яких, як ми припускаємо, становить B годин. Таким чином, робочий час, витрачений на це навчання, дорівнює $A+B$, що, отже, є робочим часом, необхідним для навчання складної праці. Це відбивається на подальшому процесі виробництва. Наприклад, робітник може працювати загалом 100000 годин за все своє життя та інвестувати 50000 годин еквівалента простої праці у своє навчання. Тоді кожна година його роботи має бути обчислена як півтори години простої праці.

Таким чином, у центрі уваги китайських економістів при розгляді редукції складної праці до простої постає проблема складності індивідуальної праці. Однак залишається відкритим питання про застосування поняття складності до аналізу сукупної праці, тобто праці не індивідуального, а сукупного працівника, і ця обставина відкриває можливість альтернативного підходу до теоретичного аналізу складної праці та її ролі в процесі створення доданої вартості.

Висновки. Розглянуті в статті теоретичні дискусії свідчать про інтенсивну розробку і творчий розвиток китайськими вченими трудової теорії вартості як основи наукового аналізу сучасних проблем створення доданої вартості. Але, хоча в цілому можна зробити висновок про суттєве просування китайських учених у розробці трудової теорії вартості, їх підхід до проблеми складної праці залишається при цьому досить тривіальним і не виходить з межі класичної концепції складної праці, яка носить затратний характер. При цьому фактично просто сприймається класичний витратний підхід до проблеми складної праці, який за своєю природою не здатний відобразити повною мірою сучасні тенденції до розвитку елементів творчості у змісті складної праці і тому не є цілком релевантним аналізу специфічних історичних особливостей створення доданої вартості в умовах сучасного науково-технічного прогресу. З іншого боку, завдяки цьому відкриваються можливості розробки альтернативного теоретичного підходу до аналізу створення доданої вартості в сучасній економіці, виходячи з розгляду процесу розвитку елементів творчості у змісті складної праці.

Оскільки сила творчих елементів перебуває у взаємозв'язку зі складністю праці, складну працю можна розглядати не тільки як працю, озброєну знаннями та досвідом, але і як складну ще й у тому сенсі, що вона може включати елементи творчості. Освоївши існуючі у своїй галузі праці технологічні знання, людина може виходити за їх межі, створюючи нові, які існували доти технологічні можливості. І чим складніша праця, тим більше вона має потенційну здатність до створення нових знань. Таким чином, складність праці подвійна і в тому відношенні, що, з одного боку, вона передбачає пасивне засвоєння вже існуючих знань у цій галузі, а, з іншого боку, завдяки цьому складна праця набуває здатності до творчого створення нових знань.

Звичайно, елементи творчості не входять із необхідністю у визначення поняття складної праці як праці, що передбачає попередню підготовку. Саме так у більшості випадків визначає складну працю політична економія, що пов'язує складність праці безпосередньо не з елементами творчості, а з суспільно необхідними витратами на підготовку до неї. Проте не слід забувати, що складна праця пов'язана з творчою діяльністю, і історично тенденція до ускладнення людської діяльності взаємодіє з тенденцією до розвитку елементів творчості настільки тісно, що на практиці ці тенденції фактично зливаються в єдиному історичному процесі. Більше того, в сучасній економіці складною стає вже не тільки індивідуальна, а й комбінована праця, тобто праця сукупного працівника науково-виробничого комплексу, що включає в свою структуру не тільки виробничі, а й експериментальні, дослідницькі та конструкторські підрозділи. Як відомо, у міру становлення великого машинного виробництва поділ праці всередині підприємства набув технічного характеру остільки, оскільки кооперація машин підкорила собі кооперацію праці. На відміну від внутрішньозаводської кооперації праці кооперація праці, яка виходить межі окремих підприємств і здійснювана в масштабах багатозаводських науково-виробничих комплексів, не підпорядковується кооперації машин. Поділ праці в масштабах таких комплексів перестає бути суто технічним і набуває науково-технічного характеру. Складність праці об'єктивно переходить до рівня комбінованої праці сукупного працівника корпоративного науково-виробничого комплексу. Відповідно положення про те, що складна праця створює більшу за величиною вартість, ніж проста, відноситься вже не тільки до індивідуальної праці, але і до комбінованої праці сукупного працівника. Головним джерелом цієї здатності комбінованої праці виступає наукова та технічна творчість.

Література

1. Arrighi G. Adam Smith in Beijing ([edition unavailable]). Verso. 2009. URL: <https://www.perlego.com/book/3785870/adam-smith-in-beijing-lineages-of-the-twentyfirst-century-pdf> (Original work published 2009)
2. Cheng E. The Scientific Recognition and Development of the Theory of Labor Value — On Establishing ‘the New Labor Theory of Value’. *The Study of Finance and Economics*. 2011. No. 11. P. 3–9.
3. Cheng E. Establishing the monism on the new living labor value. in J. Hu and J. Fan (eds.). *Deepening Understanding of Labor Theory of Value*. Beijing: Economic Science Press. 2010. P. 177–85.
4. Cheng E. *An Introduction to Cultural Economics*. Shanghai: Shanghai Finance and Economics University Press. 2019.
5. Li Q. Marxist labor theory of value and China’s distribution system. *Vista of Theory*. 2001. Issue 4. P. 14–16.
6. Gu S. From distribution of commodities to labor theory of value. *Nankai Economic Review*. 2011. No. 5. P. 20–31.
7. Wei X. Exploitation under Marxist writers and China’s situations in H. Jun and F. Jianxin (eds.). *Deepening Understanding of the Labor Theory of Value*. Beijing: Economic Science Press. 2012.

References

1. Arrighi G. (2009). Adam Smith in Beijing ([edition unavailable]). Verso. Retrieved from <https://www.perlego.com/book/3785870/adam-smith-in-beijing-lineages-of-the-twentyfirst-century-pdf> (Original work published 2009).
2. Cheng E. (2011). «The Scientific Recognition and Development of the Theory of Labor Value — On Establishing ‘the New Labor Theory of Value’». *The Study of Finance and Economics*, no. 11: 3–9. [in Chinese].
3. Cheng E. (2010). «Establishing the monism on the new living labor value», pp. 177-85 in J. Hu and J. Fan (eds.), *Deepening Understanding of Labor Theory of Value*. Beijing: Economic Science Press. [in Chinese].
4. Cheng E. (2019). *An Introduction to Cultural Economics*. Shanghai: Shanghai Finance and Economics University Press. [in Chinese].
5. Li Q. (2001). «Marxist labor theory of value and China’s distribution system.» *Vista of Theory*, issue 4, pp. 14–16. [in Chinese].
6. Gu S. (2011). «From distribution of commodities to labor theory of value.» *Nankai Economic Review*, no.5, pp. 20–31. [in Chinese].
7. Wei X. (2012). «Exploitation under Marxist writers and China’s situations», in H. Jun and F. Jianxin (eds.), *Deepening Understanding of the Labor Theory of Value*. Beijing: Economic Science Press. [in Chinese].

УДК 167:001.895:338.46

Давидова Оксана Юріївна

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри готельного і ресторанного бізнесу
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця*

Davydova Oksana

*Doctor of Sciences in Economics, Professor,
Head of the Department of Hotel and Restaurant Business
The Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics
ORCID: 0000-0003-3045-9464*

Сисоєва Світлана Ігорівна

*кандидат наук з державного управління, доцент,
доцент кафедри готельного і ресторанного бізнесу
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця*

Sysoieva Svitlana

*PhD of Public Administration, Associate Professor,
Associate professor of the Department of Hotel and Restaurant Business
The Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics
ORCID: 0000-0003-0790-0581*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8699

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF IT-TECHNOLOGIES IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

Анотація. У статті наведена роль інформаційних технологій для сфери гостинності. Доведено, що пріоритетним завданням підприємств готельно-ресторанного бізнесу є розробка та впровадження інноваційних технологій. Актуалізована проблема комплексної автоматизації управлінської діяльності на основі сучасних інформаційних технологій та засобів телекомунікації. Наведена класифікація інформаційних технологій. Акцентовано увагу на проблеми впровадження інформаційних технологій у діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Розглянуто основні напрями пропозицій інформаційних інноваційних рішень.

Запропоновано до використання у готельно-ресторанному бізнесі систему управління взаємовідносинами зі споживачами – Customer Relationship Management (CRM). Наведена архітектура CRM підприємства готельно-ресторанного бізнесу, яка відображає систему взаємопов'язаних елементів та зв'язки між ними.

Охарактеризовано особливості та можливості використання системи CRM у підприємствах готельно-ресторанного бізнесу, наведено механізми, спрямовані на стратегічне планування у сфері побудови відносин зі споживачами і на сферу управління та поліпшення оперативних процесів. Проаналізовано найбільш розповсюджені та уніфіковані системи CRM, які використовуються у готельно-ресторанному бізнесі: MaxiBooking, CLOFFHotel, Logus HMS, Отелікс, Впovo PMS. Результати досліджень довели, що за складовими елементами, функціями, інструментами, платформами, на яких працює, лідером автоматизації робочих процесів на сучасному ринку інформаційних технологій, програмою еталонного сервісу, що забезпечує злагоджену роботу персоналу та високий рівень обслуговування є АтоCR М.

Наведено переваги використання CRM для підприємств готельно-ресторанного бізнесу та для споживачів їх послуг. Підтверджено, що застосування CRM-системи створює умови переходу взаємовідносин підприємства готельно-ресторанного бізнесу зі споживачами та постачальниками на якісно новий рівень.

Ключові слова: інновації, інформаційні технології, CRM-система, готельно-ресторанний бізнес, підприємство, послуга.

Summary. The article shows the role of information technology for the hospitality industry. It is proved that the priority task of hotel and restaurant business enterprises is the development and implementation of innovative technologies. The problem

of complex automation of management activity on the basis of modern information technologies and means of telecommunication is actualized. The classification of information technology is given. Attention is focused on the problems of introduction of information technologies in the activities of enterprises of hotel and restaurant business. The main directions of proposals of information innovative solutions are considered. The system of customer relationship management (CRM) is proposed for use in hotel and restaurant business. The architecture of CRM enterprise of hotel and restaurant business, which reflects the system of interrelated elements and connections between them, is given.

The features and possibilities of using the CRM system in enterprises of hotel and restaurant business are characterized, mechanisms aimed at strategic planning in the sphere of building relations with consumers and at the sphere of management and improvement of operational processes are provided. The most common and unified CRM systems used in the hotel and restaurant business are analyzed: MaxiBooking, CLOFFHotel, Logus HMS, Otelix, Bnovo PMS. The research results proved that AmoCRM is the leader in automating work processes in the modern information technology market, the reference service program that ensures coordinated work of staff and a high level of service in terms of components, functions, tools, platforms on which it works, the leader in automating work processes in the modern information technology market, the reference service program that ensures well-coordinated work of staff and a high level of service. The advantages of using CRM for enterprises of hotel and restaurant business and for consumers of their services are provided. It is confirmed that the use of the CRM-system creates conditions for the transition of relations between the enterprise of the hotel and restaurant business with consumers and suppliers to a qualitatively new level.

Key words: innovation, information technology, CRM-system, hotel and restaurant business, enterprise, service.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Інформаційні технології у сфері гостинності удосконалюються швидкими темпами. Це обумовлено зовнішніми чинниками та умовами, що складаються у світі. Керівники підприємств сфери гостинності ставлять цілі, які відповідатимуть сучасним реаліям і викликам.

Пріоритетним завданням власників підприємств готельно-ресторанного бізнесу є забезпечення стабільного потоку гостей, максимальної кількості продажів, а також переведення кожного споживача в розряд постійного клієнта. І цілком зрозуміло, що досягнення цих цілей можливо тільки за умов розробки та впровадження у підприємство інформаційних технологій та інновацій. Інноваційні рішення власників готелів та ресторанів повинні прийматися не тільки стосовно продукції та послуг, а й інформаційних технологій та управління персоналом.

Проблемами впровадження інформаційних технологій є вартість інноваційних розробок, навчання персоналу роботі з цими технологіями та адаптація до них готелю. Іншою проблемою є те, що управлінці не завжди зосереджують увагу на перспективних можливостях і, відповідно, не охоче вкладають кошти у придбання та впровадження інноваційних технологій у підприємство готельно-ресторанного бізнесу, бажаючи отримувати прибуток відразу, з поточної діяльності готелю. Посилення конкуренції на ринку гостинності вимагає від власників підприємств готельно-ресторанного бізнесу приймати відповідальні рішення і ризикувати.

Сьогодні вже важко знайти заклад готельно-ресторанного бізнесу, в якому фіксування дій із щоденного технологічного процесу ведення бізнесу проводиться в ручний механічний спосіб. На сучасному ринку існує низка систем електронного управління готелями і ресторанами, і приймаючи

рішення під час вибору конкретної з них, власник підприємства має розуміти, наскільки система ефективна і адаптована до умов, за яких функціонує конкретний заклад готельно-ресторанного бізнесу.

На сучасному етапі функціонування економіки інформаційне навантаження на управлінський персонал продовжує зростати. Це визначає актуальність проблеми комплексної автоматизації управлінської діяльності на основі сучасних інформаційних технологій та засобів телекомунікації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. ХХІ століття історії розвитку соціально-економічних систем характеризується як століття «інформації». Інформація та її значення як нового та самостійного соціально-управлінського ресурсу суспільства стала об'єктом спеціальних наукових досліджень. Філософи, політики, соціологи, юристи у новому ракурсі досліджують феномен інформації та інформаційних технологій, а фахівці в галузі кадрового управління перебувають у пошуку методів оволодіння та застосування інформаційних технологій для забезпечення ефективності кадрового управління, оскільки сучасне управління розглядається як «інформаційне». Сучасні інформаційні технології та форми їх використання, що склалися в сучасній практиці кадрового управління, перейшли на рівень найважливіших умов збереження та підтримки ефективного управління готельно-ресторанним бізнесом.

Питанням сутності та особливостей інновацій, інноваційного розвитку підприємств, інформаційних технологій у готельно-ресторанному бізнесі присвячені роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних учених: Дж. Біркіншоу [11], О.Ю. Давидової [2], П. Друкера [15], Н.П. Юрченко [8], В.В. Прохорової [3], А.Г. Черномазюка [7], О.В. Пташенко [5], Л. Хруща [1], М. Сукач [1],

Г. Хеймела [14], Н. І. Чухрай [9], О. Шаповалової [6], О. І. Юркан [10] та ін.

Дослідження цих науковців розкривають поняття та проблеми управління інноваційною діяльністю, підходи до класифікації інновацій, особливості процесу їх реалізації, значення управлінських інновацій для ефективного розвитку суб'єктів господарювання. Науковці вважають, що ефективність інновацій досягається тоді, коли вони відповідають не лише цілям підприємства, але й потребам персоналу та усім іншим зацікавленим сторонам [1–9].

Однак низка питань залишається вивченою недостатньо. Розвиток інформаційних технологій, як важливої складової інновацій, проблеми оцінки їхньої ефективності залишаються потребують подальшого вивчення. Зокрема, питання визначення природи та класифікації інформаційних інновацій потребує додаткового обґрунтування. На практичному рівні актуальними є проблеми впровадження інформаційних інновацій у діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Формування цілей. Мета статті полягає в уточненні характеристик та значення інформаційних технологій для підприємств готельно-ресторанного бізнесу, визначення основних проблем, що стримують поширення інформаційних технологій на вітчизняних підприємствах готельно-ресторанного бізнесу та обґрунтування доцільності їх впровадження.

Виклад основного матеріалу. У даний час основною інновацією у сфері системи електронного управління та надання готельно-ресторанних послуг є інтернет-технології, коли персонал закладу готельно-ресторанного бізнесу використовуючи інформаційні технології може отримати всю необхідну інформацію про споживача у мережі.

Інформаційні технології (ІТ) — це систематично організований набір методів та інструментів для вирішення завдань управління збором, реєстрацією, передачі, накопичення, отримання, обробки та захисту інформації на основі використання передового програмного забезпечення, використання комп'ютерних технологій та комунікацій, а також як надати інформацію тим, хто її потребує [10].

Інформаційні технології можна класифікувати за низкою ознак, основними з яких є:

- спосіб впровадження в інформаційну систему;
- ступінь охоплення адміністративних завдань;
- тип технічних операцій;
- тип інтерфейсу користувача;
- варіанти використання комп'ютерних мереж.

Управління передбачає обмін інформацією між компонентами системи та між системою та середовищем. Отримувати інформацію про стан системи в будь-який момент процесу управління для досягнення (або не досягнення) цілей впливу на систему та забезпечення виконання управлінських рішень.

На сучасному етапі розвитку готельно-ресторанного бізнесу без застосування ІТ-технологій

неможливий жоден бізнес-процес. Розробляються нові послуги, представлені виключно в онлайн-форматі. Традиційний бізнес, у тому числі і готельно-ресторанний, активно впроваджують онлайн-складові та неухильно їх розвивають. Це стосується і виробництва продукції, і обслуговування споживачів, а також оптимізації існуючих бізнес-процесів. Трансформації підлягають і підприємства ІТ-індустрії. Вони перестають бути технічним інструментом і стають основою практично для всіх бізнес-процесів, включаючи ті, що традиційно далекі від інформаційних технологій.

Ринок пропозиції інформаційних інноваційних рішень достатньо широкий. Можна виділити кілька окремих класів рішень:

- повномасштабні ERP-рішення, одним із елементів яких є CRM;
- окремі рішення, спрямовані на підтримку ведення продажів, обслуговування споживачів, проведення маркетингових операцій та виконавчої звітності;
- рішення, призначені для здійснення процесів електронної комерції;
- рішення для середніх та невеликих компаній;
- окремий інструментарій, спрямований на вирішення завдань у відділах продажу, маркетингу тощо [11].

У готельно-ресторанному бізнесі як інструмент управління застосовується Customer Relationship Management (CRM) — система управління взаємовідносинами зі споживачами. За своєю суттю CRM-система — це база даних про гостей, завдяки якій фахівці готелю можуть відстежити всю інформацію про них, весь життєвий цикл взаємовідносин з гостями [12].

Архітектура CRM підприємства гостинності відображається як система взаємопов'язаних елементів цієї системи та зв'язків між ними. Архітектура CRM складається із певних елементів: підсистем, комплексів завдань, відповідних завдань щодо технологічних процесів, технічних операцій тощо. Архітектуру CRM наведено на рис. 1.

Інформація про гостей збирається в єдиній програмі (контакти, адреси, імена, дні народження) з можливістю її аналізу та багатоступінчастого використання. CRM набирає все більшої популярності як інструмент боротьби за постійного клієнта, оскільки дозволяє проаналізувати кожного користувача готелю — гостям, компаніям та турагентствам. Вся інформація про споживачів автоматично надходить з PMS до CRM і стає доступною для візуалізації та аналізу.

Менеджери відділу продажу та маркетингу мають можливість переглянути всі дані про платоспроможність всіх своїх споживачів, також побачити інформацію про кількість підтверджених бронювань та кількість проведених ночівель. Тут же можна обчислити середній дохід від одного

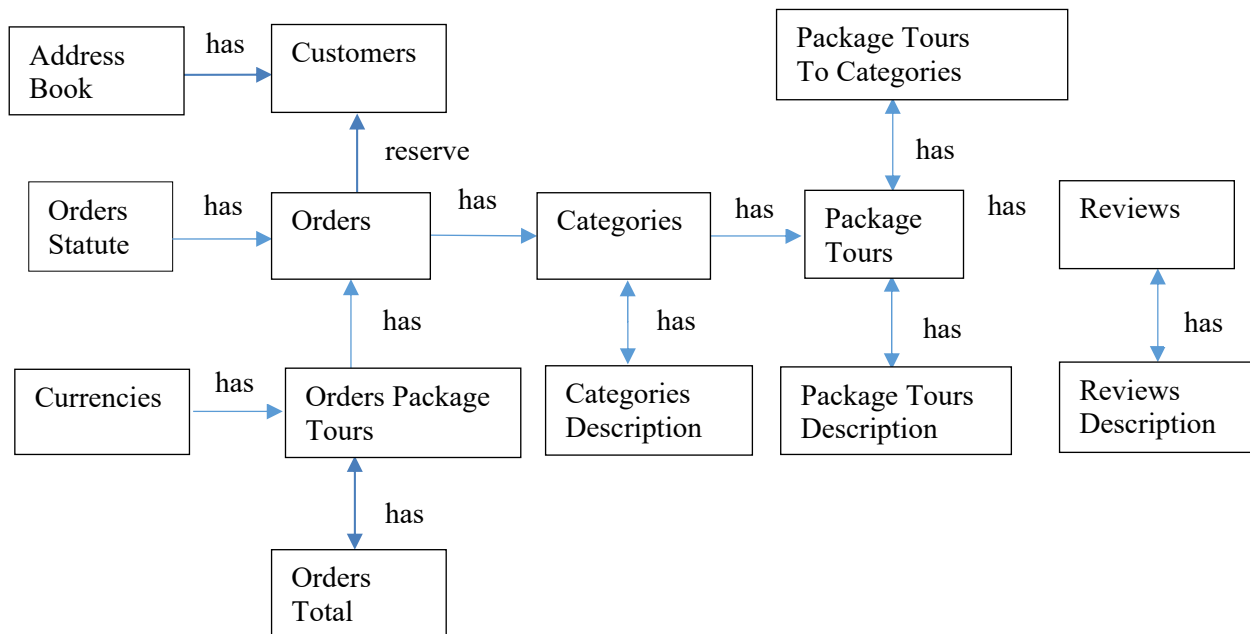


Рис. 1. Архітектура CRM підприємства гостинності
 Джерело: удосконалено автором на основі [5]

споживача та тариф. Крім цього, враховуються всі переваги та побажання споживачів, усі умови договору, це дозволяє максимально підвищити рівень надання послуг споживачам готелю.

Готель надсилає інформацію з бази про спеціальні пропозиції та акції тим гостям, яким це може виявитися цікавим, привітати з днем народження або з будь-яким іншим святом, повідомити про заходи, які передбачаються проводитися у готелі тощо. Нарахувати бонуси та надати знижки залежно від тих чи інших показників.

Система CRM дозволяє готелю виокремитися серед конкурентів: швидко аналізувати інформацію про споживачів, здійснювати їх обслуговування на високому рівні, пропонуючи послугу кожному гостю персонально, заострюючи увагу на його особливості, запити та уподобання. Сьогодні кожен гість очікує якісне та професійне обслуговування. Саме тому переоцінити важливість грамотної роботи із CRM-системами сьогодні неможливо.

Таким чином, підприємства готельно-ресторанного бізнесу мають можливість вибору таких рішень, які максимально відповідатимуть умовам здійснення CRM-процесів.

Рішення, запропоновані підприємствами готельно-ресторанного бізнесу, спрямовані на оптимізацію відносин зі споживачами на всіх стадіях роботи з ними — проведення кампаній та залучення споживача, попередньої роботи з ним, під час здійснення продажу та подальшого післяпродажного сервісу.

Система CRM дозволяє вирішувати такі завдання, що стоять перед підприємством готельно-ресторанного бізнесу [13]:

- автоматизація продажів та маркетингових процесів;
- ціноутворення;
- адаптація під споживачів;
- впевненість під час здійснення продажів;
- процес продажу орієнтований на споживача.

Продукт компанії — CRM містить низку механізмів, спрямованих як на стратегічне планування у сфері побудови відносин зі споживачами, так і на сферу управління та поліпшення оперативних процесів — взаємодії зі споживачами, оптимізації маркетингових акцій, виявлення потреб споживачів.

Ідеальна для готелю CRM-система є така, що спрощує управління номерним фондом, рестораном, пральнею та бухгалтерією. Програма еталонного сервісу, що забезпечує злагоджену роботу персоналу та високий рівень обслуговування. До найбільш розповсюджених та уніфікованих систем належать: MaxiBooking, CLOFFHotel, Logus HMS, Отелікс, Vnovo PMS [14].

MaxiBooking — досить гнучка та функціональна система, що має модуль бронювання та спеціальні інструменти для комфортного керівництва готелем. Програма відмінно підходить для підприємств готельно-ресторанного бізнесу невеликих та середніх розмірів. Працює на платформах: Веб-додаток, Windows, Mac, Linux, Android, iOS, Windows Phone. Вдало інтегрується із 4 корисними сервісами. У своєму функціоналі система має набір із 15 корисних функцій. Основними інструментами програми є база споживачів, управління замовленнями, продуктовий каталог, Email-розсилки, моніторинг ефективності роботи персоналу. Відсутні в CRM такі функції, як воронка продажів, кол-

центр і телефонія, системи лояльності. У цілому нині ПЗ показує достатньо задовільні результати роботи. Користувачі ставлять системі 4 бали.

CLOFFHotel. CLOFFHotel — потужний інструмент для управління готелем будь-якого формату. Програма добре співпрацює з автоматизацією робочих процесів у невеликих, середніх і великих компаніях. Базується на платформах Веб-програма, Windows, Mac, Linux, Android, iOS, Windows Phone. Вільно інтегрується із 5 сервісами. Ця CRM має у своєму функціоналі 21 корисну функцію. У ньому є воронка продажів, продуктовий каталог, веб-форми, сховище файлів, база споживачів та інші опції. При всій кількості корисних інструментів програма має і недоліки. Користувачі відзначають недостатню гнучкість системи та важкість застосування низки опцій. Загалом 4,5 бали — відмінна оцінка для перспективного продукту, що розвивається.

Logus HMS — система, яка оптимізована під реалію вітчизняного готельного бізнесу. Може керувати готелями будь-якого формату. Розмір підприємства немає значення. Програма працює на платформах Веб-додаток та Windows.

Функціонал CRM складається із 15 корисних опцій. У наборі інструментів відсутні воронки продажу, керування підтримкою, сховище файлів та деякі інші функції. Інтерфейс системи має досить зрозуміле оформлення. Проте освоїти їх у мінімальні терміни може лише попередньо підготовлений персонал. Загалом система має від користувачів 3,9 бали. Недоліками цієї системи є невелика кількість інтеграцій, деяка складність експлуатації інструментів та не надто активна робота служби підтримки.

Готелікс — дуже гарна CRM для готелю або готелю. Система створена спеціально для компанії маленького та середнього формату. Працює на платформі Веб-додаток. Встановлюється у хмару. Має безкоштовну версію експлуатації. До складу CRM включено 15 корисних функцій. Відсутня воронка продажів, кол-центр та телефонія, моніторинг ефективності персоналу, діаграма Ганта, тайм-менеджмент. Є в програмі налаштування: база споживачів, система лояльності, Email-розсилки, інтеграція з поштою тощо. Користувачі ставлять цій програмі 4,6 бали. Серед недоліків відмічені: неякісний зворотний зв'язок, і важкий конструктор листів споживачів. Загалом система має позитивні відгуки і від персоналу готелів.

Vnovo PMS — вдале рішення для малого та середнього бізнесу. Ця CRM включає низку продуктів: Vnovo PMS, Channel Manager, Модуль онлайн-бронювання. Працює на платформі Веб-додаток. Програма складається із 12 корисних функцій. Відсутні такі інструменти, як воронка продажів, кол-центр і телефонія, експорт та імпорт даних, API для інтеграції тощо. Загалом система корегує з автоматизацією процесів у готелі.

AmoCRM — лідер автоматизації робочих процесів на сучасному ринку інформаційних технологій. AmoCRM — програма еталонного сервісу, що забезпечує злагоджену роботу персоналу та високий рівень обслуговування. Система призначена для підприємств готельно-ресторанного бізнесу будь-якого формату. Має безкоштовний двотижневий демо-доступ для тестування роботи. Встановлюється у хмару. Інтегрується з 1С, поштою, онлайн-чатами, сайтами, IP-телефонією, сервісами розсилки (MailChimp, UniSender), WebHook. AmoCRM — зручний інтерфейс та простота управління. Програма має компакту базу угод, ліжку продажів, автоматичну фіксацію заявок, task-менеджмент та інші корисні інструменти. Система може використовуватися без встановлення та з мобільного додатка. Користувачі високо оцінили роботу цієї програми і не виявили в ній недоліків. Користувачі впевнено ставлять цій програмі 5 балів. Сьогодні це найкраща пропозиція для представників сфери готельно-ресторанного бізнесу.

Використання CRM підприємствами готельно-ресторанного бізнесу забезпечує низку переваг для споживачів її послуг, які відіграють важливу роль у процесі прийняття рішення про пошук проживання за допомогою Мережі [15]:

- зручність. Споживачі можуть замовляти проживання цілодобово незалежно від того, де знаходяться;
 - повнота інформації. Споживачі знайдуть велику кількість порівняльних даних про готелі, їх послуги та конкурентів, не залишаючи будинку або офісу. Вони можуть сконцентрувати увагу на таких об'єктивних умовах, як ціна, якість, відгуки та наявність місць;
 - мінімум хвилювань. Під час використання онлайн-нових служб споживачам не доводиться спілкуватися віч-на-віч з представником готелю, піддаватися впливу переконливих та емоційних факторів;
 - доступність. Доступ до інформації відбувається набагато швидше, ніж при спілкуванні поштою або навіть телефоном;
 - конфіденційність. Електронні бронювання можна здійснювати конфіденційно та дуже швидко;
- Переваги для підприємств готельно-ресторанного бізнесу від застосування CRM-систем:
- швидке пристосування до ринкових умов, можливість швидко додавати послуги до свого асортименту, змінювати ціни та опис товарів;
 - зниження тривалості обробки вхідних дзвінків (економія на персоналі колл-центру та можливість використання адміністраторів для проведення проактивного оповіщення діючих та потенційних споживачів);
 - зниження вартості реклами (вибір оптимального каналу взаємодії з аудиторією, підвищення ефективності витрачання коштів на рекламу —

- скорочення рекламного бюджету при збереженні кінцевого ефекту) і т.д.
- побудова взаємовідносин, можливість аналізування відповідей своїх споживачів, отримування про них додаткової інформації, а також надсилання на комп'ютери споживачів корисних порад, безкоштовних демоверсій своїх комп'ютерних програм, рекламних матеріалів.
 - охоплення аудиторії, можливість підрахування кількості споживачів, що відвідали сайт підприємства готельно-ресторанного бізнесу, що їх зацікавило. Така інформація допомагає готелям покращувати свої пропозиції та правильно проводити рекламні кампанії.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Успіх розвитку сфери гостинності неодмінно залежить від інформаційних технологій, що неухильно розробляються та впроваджуються у підприємства

готельно-ресторанного бізнесу, які призводять до економічних та соціальних перетворень. Інновації в готельно-ресторанному бізнесі представлені системними заходами застосування інформаційних технологій, які характеризуються якісною новизною та позитивними зрушеннями, що забезпечують стійке функціонування та розвиток підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Таким чином, впровадження та використання інформаційних технологій та інновацій дозволить стати рушійною силою розвитку готельного бізнесу, сприяти створенню додаткових робочих місць та зростанню доходів. CRM створює умови переходу взаємовідносин підприємства готельно-ресторанного бізнесу зі споживачами та постачальниками на якісно новий рівень, який за допомогою Інтернету відбувається найбільш технічно та економічно, зручно та обґрунтовано, і уможливорює до широкого застосування.

Література

1. Артеменко О., Сукач М., Хрущ Л. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному бізнесі. К, Ліра-К, 2018. 764 с.
2. Давидова О.Ю., Колесникова В.Д. Диджиталізація як драйвер зростання конкурентоспроможності підприємства готельно-ресторанного бізнесу. Бізнес Інформ: наук. журнал. 2022. № 12. С. 113–120. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-12-113-120>
3. Прохорова В.В., Давидова О.Ю. Ієрархічна система стратегій інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства на активно-адаптивних засадах. Проблеми економіки. 2018. № 2. С. 242–250.
4. Прохорова В.В., Давидова О.Ю. Об'єктивні умови формування інноваційного управління розвитком підприємств: науково-історичне підґрунтя подолання наслідків криз. Бізнес Інформ: наук. журнал. 2018. № 3(482). С. 449–458.
5. Птащенко О.В., Мірошникова Є.Д. Побудова CRM-системи як основи формування комунікаційної політики між організацією та кінцевим споживачем. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2016. № 6 (230). С. 108–115.
6. Шаповалова О.М. Інноваційна діяльність, як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2013. № 16. С. 224–228.
7. Черномазюк А.Г. Інновації у сфері готельно-ресторанного бізнесу [Текст]. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2014. № 5, т. 2. С. 252–255.
8. Юрчук Н.П. CRM-системи: особливості функціонування та аналіз українського ринку. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. № 23 (2). С. 141–147.
9. Babenko V., Kulczyk Z., Perevosova I., Syniavska O., Davydova O. Factors of the development of international e-commerce under the conditions of globalization. CEUR Workshop Proceedings. 2019. P. 345–356. URL: <http://ceur-ws.org/Vol-2422/paper28.pdf> (дата звернення: 30.03.2023)
10. Birkinshaw J. Management innovation / J. Birkinshaw, G. Hamel, M.J. Mol // Academy of Management Review. 2008. Vol. 33. № 4. P. 825–845.
11. Daniel E. Don't blame the tools: the adoption and implementation of managerial innovations / E. Daniel, A. Myers, K. Dixon // Research Executive Summaries Series. 2008. Vol. 4. Issue 2. 11 p.
12. Davydova O., Kashchena N., Staverska T., Chmil H. Sustainable Development Of Enterprises With Digitalization Of The Economic Management. International Journal of Advanced Science and Technology. 2020. Vol. 29, No. 8s. P. 2370–2378.
13. Mosa A. Customer Relationship Management: A Review and Classification / A. Mosa, A. Mais, A. Muneer, J. Faten // Transnational Marketing Journal. 2019. № 2(7). P. 187–210.
14. Hamel G. The Future of Management. Boston: Harvard Business School Press, 2007. 288 p.
15. Heskett J. Where Will Management Innovation Take Us? Boston: Harvard Business School Press, 2008. URL: <http://www.hbswk.hbs.edu/item/5887.html> (дата звернення: 30.03.2023)

References

1. Artemenko O., Sukach M., Khrushch L. Information systems and technologies in the hotel and restaurant business. -K, Lira-K, 2018. 764 p.
2. Davydova O.Yu., Kolesnikova V.D. Digitalization as a driver of the growth of competitiveness of the hotel and restaurant business enterprise. *Business Inform: science. magazine.* 2022. No. 12. P. 113–120. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-12-113-120>
3. Prokhorova V.V., Davydova O.Yu. A hierarchical system of innovative management strategies for the development of hotel and restaurant enterprises on an active-adaptive basis. *Problems of the economy.* 2018. No. 2. P. 242–250.
4. Prokhorova V.V., Davydova O. Yu. Objective conditions for the formation of innovative management of the development of enterprises: the scientific and historical background of overcoming the consequences of crises. *Business Inform: Science. magazine.* 2018. No. 3(482). P. 449–458.
5. Ptashchenko O.V., Miroshnikov E.D. Building a CRM system as the basis for forming a communication policy between the organization and the end consumer. *Bulletin of the East Ukrainian National University named after Volodymyr Dahl.* 2016. No. 6 (230). P. 108–115.
6. Shapovalova O.M. Innovative activity as a basis for increasing the competitiveness of the hotel industry. *Bulletin of the Eastern Ukrainian National University named after Volodymyr Dahl.* 2013. No. 16. P. 224–228.
7. Chernomazyuk A.G. Innovations in the field of hotel and restaurant business [Text]. *Bulletin of the Khmelnytskyi National University. Economic sciences.* 2014. No. 5, Volume 2. P. 252–255.
8. Yurchuk N.P. CRM systems: features of functioning and analysis of the Ukrainian market. *Scientific Bulletin of the Uzhgorod National University,* 2019. No. 23 (2). P. 141–147.
9. Babenko V., Kulczyk Z., Perevosova I., Syniavska O., Davydova O. Factors of the development of international e-commerce under the conditions of globalization. *CEUR Workshop Proceedings.* 2019. P. 345–356. URL: <http://ceur-ws.org/Vol-2422/paper28.pdf> (date of access: 30.03.2023).
10. Birkinshaw J. Management innovation / J. Birkinshaw, G. Hamel, M.J. Mol // *Academy of Management Review.* 2008. Vol. 33. № 4. P. 825–845.
11. Daniel E. Don't blame the tools: the adoption and implementation of managerial innovations / E. Daniel, A. Myers, K. Dixon // *Research Executive Summaries Series.* 2008. Vol. 4. Issue 2. 11 p.
12. Davydova O., Kashchena N., Staverska T., Chmil H. Sustainable Development Of Enterprises With Digitalization Of The Economic Management. *International Journal of Advanced Science and Technology.* 2020. Vol. 29, No. 8s. P. 2370–2378.
13. Mosa A. Customer Relationship Management: A Review and Classification / A. Mosa, A. Mais, A. Muneer, J. Faten // *Transnational Marketing Journal.* 2019. № 2(7). P. 187–210.
14. Hamel G. *The Future of Management.* Boston: Harvard Business School Press, 2007. 288 p.
15. Heskett J. *Where Will Management Innovation Take Us?* Boston: Harvard Business School Press, 2008. URL: <http://www.hbswk.hbs.edu/item/5887.html> (date of access: 30.03.2023).

УДК 65.01: 658

Далик Володимир Петрович
кандидат економічних наук, доцент
Національний університет «Львівська політехніка»
Dalyk Volodymyr
PhD in Economics, Associate Professor
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0003-0004-2270

Цвик Володимир Романович
аспірант
Львівського університету бізнесу та права
Tsvyk Volodymyr
Postgraduate Student of the
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0002-9604-2656

Погребняк Андрій Тарасович
аспірант
Львівського університету бізнесу та права
Pohrebniak Andrii
Postgraduate Student of the
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0002-8270-0793

Приступа Арсен Андрійович
аспірант
Львівського університету бізнесу та права
Prystupa Arsen
Postgraduate Student of the
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0001-8627-7024

Скочеляс Андрій Сергійович
аспірант
Львівського університету бізнесу та права
Skochelias Andrii
Postgraduate Student of the
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0002-4296-9288

Головатий Орест-Мирослав Мирославович
аспірант
Львівського університету бізнесу та права
Holovaty Orest-Myroslav
Postgraduate Student of the
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0002-3975-7532

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8570

**ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ ДІАГНОСТИКИ
ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИЗИКУ**

ECONOMIC–MATHEMATICAL MODEL FOR DIAGNOSING THE EFFECTIVENESS OF THE ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF ENTERPRISE MANAGEMENT UNDER RISK CONDITIONS

Анотація. Ефективна система менеджменту, висока конкурентоспроможність та інвестиційна привабливість підприємства забезпечують результативний розвиток будь-якого підприємства. Також зазначено, що одним із способів ефективного пошуку напрямів розвитку системи менеджменту підприємства є застосування управлінської діагностики в системі менеджменту з урахуванням діагностики ефективності організаційної структури управління підприємства. Визначено, що сьогодні актуальним і важливим питанням є необхідність формування нових і удосконалення наявних положень (як теоретичних, так і практичних) щодо ефективності організаційної структури управління підприємства в умовах ризику, із використанням математичного моделювання. З огляду на це, метою дослідження є розробити економіко-математичну модель діагностики ефективності організаційної структури управління підприємства в умовах ризику. За результатами дослідження у статті запропоновано нову економіко-математичну модель і на її основі сформовано оптимізаційні критерії та співвідношення, які забезпечують ефективне функціонування і розвиток підприємства з урахуванням особливостей, ролі і значення ефективності організаційної структури управління підприємства в умовах ризику. Наукова новизна одержаних результатів полягає в удосконаленні економіко-математичної моделі для системи управлінської діагностики підприємства, в основі якої лежить функціональний зв'язок і функція компромісу між бізнес-ризиками і характеристиками ефективності організаційної структури управління підприємства, а також відповідною множиною економічних величин (параметрів, критеріїв) та факторів, які забезпечують передачу управлінської інформації від первинної форми до форми, зручної для зберігання, передачі та обробки, що сприятиме якісному прийняттю управлінських рішень, спрямованих на ефективне функціонування і розвиток підприємства, з огляду на процес і результат, стратегічні цілі і тактичні завдання, що вирішуються на конкретному підприємстві. Подальші дослідження, виходячи із дослідження бізнес-операцій, системи менеджменту і економічної діагностики, доцільно проводити в напрямі удосконалення системи управлінської діагностики підприємства в умовах ризику і невизначеності.

Ключові слова: підприємство, розвиток підприємства, організаційна структура управління підприємством, діагностика діяльності підприємства, система менеджменту, управлінські рішення, бізнес-ризика, результат, прибуток.

Summary. Effective management system, high competitiveness and investment attractiveness of the enterprise ensure effective development of any enterprise. It is also noted that one of the ways to effectively search for directions for the development of the enterprise management system is the use of managerial diagnostics in the management system, taking into account the diagnostics of the effectiveness of the organizational structure of the enterprise management. It has been determined that today a relevant and important issue is the need to form new and improve existing provisions (both theoretical and practical) regarding the effectiveness of the organizational structure of enterprise management under risk conditions, using mathematical modeling. In view of this, the purpose of the study is to develop an economic-mathematical model for diagnosing the effectiveness of the organizational structure of enterprise management under risk conditions. Based on the results of the research, in the article proposes a new economic-mathematical model and, on its basis, optimization criteria and ratios are formed, that ensure the effective functioning and development of the enterprise, taking into account the characteristics, role and importance of the effectiveness of the organizational structure of enterprise management under risk conditions. The scientific novelty of the obtained results lies in the improvement of the economic-mathematical model for the system of management diagnostics of the enterprise, which is based on the functional connection and compromise function between business risks and the characteristics of the effectiveness of the organizational structure of the enterprise management, as well as the corresponding set of economic values (parameters, criteria) and factors, that ensure the transfer of management information from the primary form to a form convenient for storage, transmission and processing, which will contribute to the quality adoption of management decisions aimed at the effective functioning and development of the enterprise, in view of the process and result, strategic goals and tactical tasks, which are decided at a specific enterprise. It is advisable to conduct further research in the direction of improving the management diagnostics system of the enterprise in conditions of risk and uncertainty.

Key words: enterprise, enterprise development, enterprise management organizational structure, enterprise activity diagnosis, management system, management decisions, business risks, result, profit.

Постановка проблеми. Ефективна система менеджменту, висока конкурентоспроможність та інвестиційна привабливість підприємства забезпечують результативний розвиток будь-якого

підприємства [1–37]. Водночас з'ясовано, що «одним із основних результативних способів ефективного пошуку напрямів розвитку системи менеджменту підприємства є застосування управлінської

діагностики в системі менеджменту з урахуванням діагностики ефективності типової організаційної структури управління як загальної діагностичної цілі системи управлінської діагностики підприємства» [11].

З огляду на це, враховуючи думку керівників бізнес-структур, очевидно, що сьогодні питання ефективності організаційної структури управління підприємства в умовах ризику мають досить важливе значення, а також є досить актуальними на всіх етапах діяльності і розвитку підприємств. Виходячи умов ведення бізнесу, ці питання потребують додаткового дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За результатами аналізу літератури з'ясовано, що деякі аспекти (теоретичні, практичні) у цьому напрямі (щодо ефективності організаційної структури управління підприємства) досліджували такі вчені-економісти і практики, як О. Гарват [1], В. Глушцевський, В. Смородін [2], М. Кармінська-Белоброва [3], І. Копитова [4], О. Кузьмін [5], С. Петренко [6], І. Продіус, М. Пріступа [7], Р. Скриньковський [8], Г. Павловські [8–11] та інші.

Поряд з тим, виходячи з аналізу понять (економічних категорій) «розвиток підприємства», «управління підприємством», «управлінські рішення», «бізнес-ризик», «управлінська інформація» і «економічна діагностика», з'ясовано, що актуальною проблемою є необхідність формування нових і удосконалення наявних положень (як теоретичних, так і практичних) щодо ефективності організаційної структури управління підприємства в умовах ризику, із використанням математичного моделювання. Першим важливим напрямом до вирішення цієї проблеми, виходячи із дослідження операцій і діагностики діяльності підприємств, є розроблення економіко-математичної моделі діагностики ефективності організаційної структури управління підприємства в умовах ризику.

Мета статті. Метою статті є розробити економіко-математичну модель діагностики ефективності організаційної структури управління підприємства в умовах ризику.

Виклад основного матеріалу дослідження. За результатами дослідження наукової літератури [1–36], зокрема аналізу праць [9–11], можна стверджувати, що, виходячи із основних положень полікритеріальної концепції та інструментарію системи діагностики діяльності бізнес-структур (в системі координат організаційного розвитку) з урахуванням юридичної відповідальності бізнесу в умовах ризику [12–33], під діагностикою ефективності організаційної структури управління підприємства (Dg) доцільно розуміти аналіз та оцінювання відповідності організаційної структури і системи управління стратегічним цілям і тактичним завданням (стосовно діяльності, результату, розвитку), що вирішуються на конкретному підприємстві [9–11].

Бізнес-інструментами коригування і розвитку (або удосконалення) системи Dg можуть бути [9–11; 13; 14; 16–22]: конкретні реорганізаційні заходи (чи дії) на основі системного аналізу і оцінювання результатів діяльності підприємства. Ключовими бізнес-індикаторами системи Dg є показники (з відповідними критеріальними значеннями), а саме [9–11]: 1) показник цілеспрямованості дій апарату управління підприємства (P_{am}); 2) показник дублювання функцій управління (P_{fm}); 3) показник надійності праці апарату управління підприємства (P_n); 4) показник ритмічності циклу управління (P_r); 5) показник безперервності праці апарату управління (P_{cw}); 6) показник економічної ефективності праці апарату управління (P_{ew}); 7) показник відношення чисельності працівників лінійного і функціонального управління (P_{rw}); 8) показник зайнятості працівників у апараті управління (P_{eam}) [9–11]. За потреби керівників підприємств цей перелік показників можна розширювати.

З урахуванням вищезазначеного, інтегральний рівень ефективності організаційної структури управління підприємства (E_{Dg}) рекомендується визначати за формулою (1) [9–11]:

$$E_{Dg} = \sum_{i=1}^{nk} (P_{Dgi} \cdot h_i), \quad (1)$$

де P_{Dgi} — кількісна оцінка відповідного i -го бізнес-індикатора (показника) системи Dg за шкалою Харрінгтона; h_i — вагомість відповідного бізнес-індикатора (показника) системи Dg .

Алгоритм побудови складових множини P_{Dg} представимо у вигляді 3-х етапів: 1 етап — формування часткових оцінок бізнес-індикаторів множини індексів Dg й встановлення шкал вимірювання для них; 2 етап — нормування часткових оцінок характеристик бізнес-індикатора з використанням, зокрема, узагальненої функції бажаності Харрінгтона; приведення до часткових оцінок єдиної універсальної шкали; 3 етап — встановлення інтегральних оцінок для множини індикаторів Dg , з урахуванням системи нечіткого висновку і передача інформації (відомостей і/або даних) з допомогою функції керування.

На 1-му етапі алгоритму значення окремого параметра переводимо у безрозмірну форму, якій відповідає шкала бажаності, а частковий параметр позначаємо γ_i ($i = 1, 2, \dots, n$) і він буде мати назву окремої бажаності відповідно до підходу Харрінгтона:

$$\gamma_i = \exp(-\exp(P_{Dgi})), \quad (2)$$

де діапазону шкали бажаності відповідають числові значення від 0 до 1.

Для 2-го етапу алгоритму використовуємо логістичну функцію Ферхюльста [34] як функцію $L(P_{Dg})$ бажаності:

$$L_i(P_{Dgi}) = S_{mi} / (1 + \exp(-\eta_i(P_{Dgi} - P_{Dg0i}))). \quad (3)$$

Тут $S_{mi} = S_{mi}(\gamma_i)$ — максимальне значення логістичної функції; P_{Dg0i} — значення аргументу, відповідно до якого функція має значення $0,5S_{mi}$; $\eta_i = \eta_i(\gamma_i)$ — коефіцієнт крутизни логістичної кривої у особливій точці P_{Dg0i} ($\eta > 0$).

Для елементів організаційної структури управління підприємством на 3-му етапі алгоритму використовуємо функцію керування $G(t)$, яка переводить відповідні елементи у стан, який характеризується здатністю виконувати всі потрібні функції. Функція $G(t)$ зв'язана з імовірністю того, що в заданий момент часу елемент підприємства спроможний виконувати певні функції.

Ймовірність того, що протягом проміжку часу $(t - v)$ відбувається перехід управлінської інформації від первинної форми до форми, зручної для зберігання, передачі та обробки:

$$G_{\sigma}(P_{Dgi}, S_{mi}, \eta_i, \gamma_i) = g_{sq}(v) \cdot G(t - v)dv, \quad (4)$$

де $g_{sq}(v)$ — густина розподілу часу v до появи q -го діапазону.

Під управлінською інформацією слід розуміти «сукупність необхідних нових та інших сучасних і репрезентативних даних, які сприятимуть якісному прийняттю управлінських рішень та управлінській діяльності» [37].

Просумувавши попередній вираз (4) по всіх $q = 1, 2, \dots$, отримаємо:

$$\sum_{q=1}^{\infty} g_{sq}(v)dv \cdot G(t - v) = \varphi_s(v)dv \cdot G(t - v), \quad (5)$$

де

$$\varphi_s(v, P_{Dgi}, S_{mi}, \eta_i, \gamma_i) = \sum_{q=1}^{\infty} g_{sq}(v) —$$

характеристика інформаційного потоку з урахуванням логістичної інформації (1), (2).

Інтегруємо економіко-математичний вираз (5) за часом v і оцінюємо ймовірність G_s відповідного періоду функціонування підприємства:

$$G_s(t, P_{Dgi}, S_{mi}, \eta_i, \gamma_i) = \int_0^t G(t - v)\varphi_s(v)dv. \quad (6)$$

Таким чином, функція керування елемента організаційної структури управління підприємством матиме вигляд:

$$\begin{aligned} G_m(t, P_{Dgi}, S_{mi}, \eta_i, \gamma_i) &= \\ &= G(t) + \int_0^t G(t - v)\varphi_s(v)dv = G(t) + G_s(t). \end{aligned} \quad (7)$$

Границя функції керування $G_m(t)$ за умови $t \rightarrow \infty$ матиме значення:

$$\begin{aligned} \lim_{q \rightarrow \infty} G_m(t, P_{Dgi}, S_{mi}, \eta_i, \gamma_i) &= \\ &= \frac{1}{m_{p0} - m_{pD}} \cdot \int_0^{\infty} G(t)dt = \frac{m_{p0}(P_{Dgi}, S_{mi}, \eta_i, \gamma_i)}{m_{p0} - m_{pD}(P_{Dgi}, S_{mi}, \eta_i, \gamma_i)}, \end{aligned}$$

$$\frac{m_{p0}}{m_{p0} - m_{pD}} = \omega_G(P_{Dgi}, S_{mi}, \eta_i, \gamma_i) = \omega_G(M_{opt}),$$

$$M_{opt} = M(P_{Dgi}^*, S_{mi}^*, \eta_i^*, \gamma_i^*). \quad (8)$$

Тут m_{p0} і m_{pD} — постійні значення параметрів, які визначаємо за умови використання теореми про середнє для $G_m(t)$; ω_G — граничне значення, яке характеризує передачу управлінської інформації (за умови $t \Rightarrow \infty$) для керівників підприємства (від первинної форми у форму, зручну для зберігання, передачі і обробки); $M_{opt} = M(P_{Dgi}^*, S_{mi}^*, \eta_i^*, \gamma_i^*)$ — позначення множини усереднених параметрів, які відповідають інтегральному рівню ефективності (1), сімейству логістичних кривих (3) і граничному переходу (8), який стосується процедури управління ризиком і бізнес-процесами підприємства.

Функція передачі управлінської інформації $G_m(t)$ прямує до значення $\omega_G(M_{opt})$, яке характеризує ту частину загального часу, протягом якого елемент організаційної структури управління підприємством функціонує ефективно. Тобто, чим більше значення $\omega_G(M_{opt})$, тим більше часу підприємство буде працювати ефективно та надійно.

З урахуванням співвідношень (1)–(8) формуємо функцію компромісу

$$\Omega(P_{Dgi}, S_{mi}, \eta_i, \gamma_i) \Rightarrow \Omega(M_{opt})$$

з урахуванням бізнес-ризиків

$$R(P_{Dgi}, S_{mi}, \eta_i, \gamma_i) \Rightarrow R(M_{opt}),$$

рівня ефективності організаційної структури управління підприємством

$$E_{Dg}(P_{Dgi}, S_{mi}, \eta_i, \gamma_i) \Rightarrow E_{Dg}(M_{opt}),$$

а також співвідношення

$$\omega_G(P_{Dgi}, S_{mi}, \eta_i, \gamma_i) \Rightarrow \omega_G(M_{opt}),$$

яке характеризує передачу управлінської інформації від первинної форми до форми, зручної для зберігання, передачі та обробки, що сприятиме якісному прийняттю управлінських рішень:

$$R(M_{opt}) \Rightarrow \min, E_{Dg}(M_{opt}) \Rightarrow \max,$$

$$\omega_G(M_{opt}) \Rightarrow \max, \quad (9)$$

$$\begin{aligned} \Omega(M_{opt}) &= \alpha \times R(M_{opt}) + \beta \times E_{Dg}(M_{opt}) + \\ &+ \delta \times \omega_G(M_{opt}) \Rightarrow opt. \end{aligned} \quad (10)$$

Тут α, β, δ — коефіцієнти вагомості ($\alpha + \beta + \delta = 1$).

Для реалізації конкретних задач, які відповідають економіко-математичній моделі (1)–(10), необхідно засоби використати: 1) засоби динамічного програмування; 2) інформаційні технології.

Таким чином, відповідні оптимізаційні критерії (9)–(10), а також допоміжні співвідношення типу (1)–(8) дозволяють сформулювати економіко-математичну модель (1)–(10) і на її

основі сформувавши рекомендації щодо ефективного функціонування і розвитку підприємства з урахуванням особливостей, ролі і значення ефективності організаційної структури управління підприємством в умовах ризику. В основі цієї моделі (1)–(10) лежить функціональний зв'язок між бізнес-ризиками і характеристиками ефективності організаційної структури управління підприємства, а також відповідна множина економічних величин (параметрів, критеріїв) та факторів, які забезпечують передачу управлінської інформації від первинної форми до форми, зручної для зберігання, передачі та обробки, що сприятиме якісному прийняттю управлінських рішень, спрямованих на ефективне функціонування і розвиток підприємства.

Висновки і перспективи подальших досліджень. За результатами проведеного дослідження, враховуючи при цьому деякі ідеї і основні положення, представлених у літературі [1–37], запропоновано нову економіко-математичну модель і на її основі сформовано оптимізаційні критерії та співвідношення, які забезпечують ефективне функціонування і розвиток підприємства з урахуванням

особливостей, ролі і значення ефективності організаційної структури управління підприємства в умовах ризику.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в удосконаленні економіко-математичної моделі для системи управлінської діагностики підприємства, в основі якої лежить функціональний зв'язок і функція компромісу між бізнес-ризиками і характеристиками ефективності організаційної структури управління підприємства, а також відповідною множиною економічних величин (параметрів, критеріїв) та факторів, які забезпечують передачу управлінської інформації від первинної форми до форми, зручної для зберігання, передачі та обробки, що сприятиме якісному прийняттю управлінських рішень, спрямованих на ефективне функціонування і розвиток підприємства, з огляду на процес і результат, стратегічні цілі і тактичні завдання, що вирішуються на конкретному підприємстві.

Подальші дослідження, виходячи із дослідження бізнес-операцій, системи менеджменту і економічної діагностики, доцільно проводити в напрямі удосконалення системи управлінської діагностики підприємства в умовах ризику і невизначеності.

Література

1. Гарват О.А. Удосконалення організаційних структур підприємств в умовах нестабільної економічної ситуації // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2010. № 2, Т. 1. С. 168–171.
2. Глушечевський В.В., Смородін В.В. Роль і місце організаційних структур у системі управління підприємством // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. Вип. 4–1(04). С. 70–76.
3. Кармінська-Белоброва М.В. Організаційні структури управління підприємством // Бізнес Інформ. 2012. № 12. С. 192–195.
4. Копитова І.В. Оцінка оптимальності організаційної структури управління при зміні стратегії підприємства // Ефективна економіка. 2014. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3056> (дата доступу: 05.01.2022).
5. Кузьмін О.Є. Сучасний менеджмент. Львів: «Центр Європи», 1995. 176 с.
6. Петренко С.А. Порівняльний аналіз моделей організаційних структур підприємства // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. 2010. № 1(3), Т. 2. С. 245–252.
7. Продіус І.П., Приступа М.П. Удосконалення організаційної структури управління промислового підприємства // Економіка: реалії часу. 2012. № 3–4(4–5). С. 17–22.
8. Скриньковський Р.М., Павловські Г. Діагностика в системі менеджменту підприємства // Проблеми економіки. 2016. № 3. С. 199–205.
9. Павловські Г. Розвиток системи управлінської діагностики підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / Львівський університет бізнесу та права. Львів, 2017. 20 с.
10. Pawlowski G., Skrynkovskyy R., Shpak O., Vizniak Y. Development of the Model of the System of Managerial Diagnostics of the Enterprise on the Basis of Improvement of Diagnostic Purposes // Path of Science. 2017. Vol. 3, No. 11. P. 4010–4020. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.28-9>
11. Павловські Г. Діагностика ефективності типової організаційної структури управління підприємства як загальна діагностична ціль системи управлінської діагностики // Ефективна економіка. 2017. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5492&p=1> (дата доступу: 05.01.2022).
12. Лук'янова В.В. Механізм діагностики діяльності підприємств з урахуванням ризику: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.04 / Інститут економіки промисловості НАН України. Донецьк, 2009. 32 с.
13. Мельник О.Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій: монографія. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. 344 с.
14. Кривов'язюк І.В., Божидарнік Т.В. Комплексна економічна діагностика підприємства: монографія. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2012. 226 с.

15. Скриньковський Р.М., Семчук Ж.В., Павловські Г. Економічна діагностика підприємства // Актуальні проблеми науки і практики: сталий розвиток в умовах воєнного стану: тези доповідей учасників міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті д.е.н., професора Горбоноса Федора Володимировича (Львів, 26–27 грудня 2022 року). Львів: ЗВО «Львівський університет бізнесу та права», 2022. URL: <http://lubr.com.ua/wp-content/uploads/2022/12/74.pdf> (дата доступу: 05.01.2022).
16. Щебель А.І. Управління потенціалом підприємства в системі координат організаційного розвитку: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / Львівський університет бізнесу та права. Львів, 2020. 20 с.
17. Крамар О.М. Підвищення ефективності функціонування будівельних підприємств на засадах удосконалення системи управління персоналом: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / Львівський університет бізнесу та права. Львів, 2020. 20 с.
18. Серняк І.І. Формування та розвиток соціального інструментарію управління персоналом підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / Львівський університет бізнесу та права. Львів, 2019. 20 с.
19. Skrynkovskyy R.M., Sopilnyk L.I., Tsyuh S.I. Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles of Management, Marketing and Economic Diagnosis // *Business Inform.* 2020. № 4. P. 191–199. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-191-199>
20. Skrynkovskyy R., Kataiev A., Zaiats O., Andrushchenko H., Popova N. Competitiveness of The Company on The Market: Analytical Method of Assessment and The Phenomenon of The Impact of Corruption in Ukraine // *Journal of Optimization in Industrial Engineering.* 2021. № 14(Special Issue). P. 79–86. doi: <https://dx.doi.org/10.22094/joie.2020.677836>
21. Skrynkovskyy R., Pavlenchuk N., Tsyuh S., Zanevskyy I., Pavlenchuk A. Economic-mathematical model of enterprise profit maximization in the system of sustainable development values // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal.* 2022. № 8(4). P. 188–214. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.04.09>
22. Sumets A., Kniaz S., Heorhiadi N., Skrynkovskyy R., Matsuk V. Methodological toolkit for assessing the level of stability of agricultural enterprises // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal.* 2022. № 8(1). P. 235–255. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.01.12>
23. Sumets A., Serbov M., Skrynkovskyy R., Faldyna V., Satusheva K. Analysis of influencing factors on the development of agricultural enterprises based on e-commerce technologies // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal.* 2020. № 6(4). P. 211–231. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2020.06.04.11>
24. Скриньковський Р., Тиркало Ю. Юридична відповідальність бізнесу // Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфері обслуговування: тези доп. IV Міжнар. наук.-практ. конференції (21.09.2022 р., м. Львів) / за заг. ред. Н. Павленчик. Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2022. С. 97–99.
25. Скриньковський Р.М., Костюк Н.Р., Семчук Ж.В., Коропецький О.О. Діагностика політики керівництва у сферах якості, соціальної відповідальності, інформаційної безпеки й охорони праці та механізм забезпечення гідної праці на підприємстві // *Бізнес Інформ.* 2016. № 3. С. 131–137.
26. Скриньковський Р.М., Крамар Р.І., Гарасим П.С. Діагностика ефективності системи захисту інформації на підприємстві та відповідальність за порушення законодавства про комерційну таємницю // *Порівняльно-аналітичне право.* 2016. № 1. С. 225–228.
27. Скриньковський Р., Дмитрієва Ю., Чубенко А. Діагностика можливостей підприємства щодо утримання клієнтури та відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів // *Підприємництво, господарство і право.* 2016. № 9. С. 45–50.
28. Скриньковський Р., Крамар Р. Діагностика формування і використання прибутку підприємства та відповідальність керівника за порушення податкового законодавства // *Підприємництво, господарство і право.* 2016. № 6. С. 130–134.
29. Скриньковський Р., Нога І., Чубенко А. Діагностика стану кадрового обліку і діловодства на підприємстві та відповідальність за порушення вимог законодавства у сфері захисту персональних даних // *Підприємництво, господарство і право.* 2016. № 8. С. 52–57.
30. Скриньковський Р., Чубенко А. Діагностика конкурентного потенціалу підприємства та відповідальність за порушення законодавства про захист економічної конкуренції // *Підприємництво, господарство і право.* 2016. № 7. С. 49–54.
31. Скриньковський Р.М., Крамар Р.І. Діагностика роботи керівництва підприємства на інституційному рівні управління в контексті дотримання чинного законодавства, статуту та виконання посадових обов'язків // *Юридичний науковий електронний журнал.* 2016. № 2. С. 96–99. URL: http://www.lsej.org.ua/2_2016/28.pdf (дата доступу: 05.01.2022).
32. Skrynkovskyy R., Tyrkalo Y. Entrepreneurial Risks: Nature, Types, Assessment Methods and Ways to Reduce Them // *Path of Science.* 2021. Vol. 7, No. 12. P. 2015–2023. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.77-11>
33. Popova N., Kataiev A., Nevertii A., Kryvoruchko O., Skrynkovskyy R. Marketing Aspects of Innovative Development of Business Organizations in the Sphere of Production, Trade, Transport, and Logistics in VUCA Conditions // *Studies of Applied Economics.* 2021. № 38(4). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v38i4.3962>

34. Скриньковський Р. М., Крамар О. М., Замула Х. П., Хмиз В. Т., Візняк Ю. Я., Гудима В. В., Горбонос Ф. В., Тиркало Ю. С., Павленчик Н. Ф. Особливості обліково-аналітичного забезпечення управління підприємствами ризиками // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2021. № 12(56), 3 т. С. 23–33. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2021-12-7813>
35. Васалр N. Verhulst and the logistic equation (1838) // *A Short History of Mathematical Population Dynamics*. London: Springer, 2011. P. 35–39. doi: https://doi.org/10.1007/978-0-85729-115-8_6
36. Скриньковський Р. М. Методичні рекомендації до оцінювання інвестиційної привабливості підприємств // *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 23. С. 62–67.
37. *Управлінська інформація* // *Фармацевтична енциклопедія*. URL: <https://www.pharmacencyclopedia.com.ua/article/6094/upravlinska-informaciya> (дата доступу: 05.01.2022).

References

1. Harvat O. A. Udostalennia orhanizatsiinykh struktur pidpriemstv v umovakh nestabilnoi ekonomichnoi situatsii // *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*. Serii: Ekonomichni nauky. 2010. № 2, Т. 1. S. 168–171.
2. Hlushchevskiy V. V., Smorodin V. V. Rol i mistse orhanizatsiinykh struktur u systemi upravlinnia pidpriemstvom // *Ekonomichni visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii*. 2016. Vyp. 4–1(04). S. 70–76.
3. Karminska-Bielobrova M. V. Orhanizatsiini struktury upravlinnia pidpriemstvom // *Biznes Inform*. 2012. № 12. S. 192–195.
4. Kopytova I. V. Otsinka optymality orhanizatsiinoi struktury upravlinnia pry zmini stratehii pidpriemstva // *Efektivna ekonomika*. 2014. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3056> (data dostupu: 05.01.2022).
5. Kuzmin O. Y. Suchasnyi menedzhment. Lviv: «Tsentr Yevropy», 1995. 176 s.
6. Petrenko S. A. Porivnialnyi analiz modelei orhanizatsiinykh struktur pidpriemstva // *Biuletyn Mizhnarodnoho Nobelivskoho ekonomichnoho forumu*. 2010. № 1(3), Т. 2. S. 245–252.
7. Prodius I. P., Pristupa M. P. Udostalennia orhanizatsiinoi struktury upravlinnia promyslovoho pidpriemstva // *Ekonomika: realii chasu*. 2012. № 3–4(4–5). S. 17–22.
8. Skrynkovskyy R. M., Pawlowski G. Diahnostyka v systemi menedzhmentu pidpriemstva // *Problemy ekonomiky*. 2016. № 3. S. 199–205.
9. Pawlowski G. Rozvytok systemy upravlinskoj diahnostyky pidpriemstva: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: spets. 08.00.04 / *Lvivskiy universytet biznesu ta prava*. Lviv, 2017. 20 s.
10. Pawlowski G., Skrynkovskyy R., Shpak O., Vizniak Y. Development of the Model of the System of Managerial Diagnostics of the Enterprise on the Basis of Improvement of Diagnostic Purposes // *Path of Science*. 2017. Vol. 3, No. 11. P. 4010–4020. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.28-9>
11. Pawlowski G. Diahnostyka efektyvnosti tipovoi orhanizatsiinoi struktury upravlinnia pidpriemstva yak zahalna diahnostychna tsil systemy upravlinskoj diahnostyky // *Efektivna ekonomika*. 2017. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5492&p=1> (data dostupu: 05.01.2022).
12. Lukianova V. V. Mekhanizm diahnostyky diialnosti pidpriemstv z urakhuvanniam ryzyku: avtoref. dys. ... d-ra ekon. nauk: 08.00.04 / *Instytut ekonomiky promyslovosti NAN Ukrainy*. Donetsk, 2009. 32 s.
13. Melnyk O. H. Systemy diahnostyky diialnosti mashynobudivnykh pidpriemstv: polikryterialna kontseptsiia ta instrumentarii: monohrafiia. Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki, 2010. 344 s.
14. Kryvoviazuk I. V., Bozhydarnik T. V. Kompleksna ekonomichna diahnostyka pidpriemstva: monohrafiia. Lutsk: RVV Lutskoho NTU, 2012. 226 s.
15. Skrynkovskyy R. M., Semchuk Z. V., Pawlowski G. Ekonomichna diahnostyka pidpriemstva // *Aktualni problemy nauky i praktyky: stalyy rozvytok v umovakh voiennoho stanu: tezy dopovidei uchasnykiv mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, prysviachenoj pamiaty d.e.n., profesora Horbonosa Fedora Volodymyrovycha (Lviv, 26–27 hrudnia 2022 roku)*. Lviv: ZVO «Lvivskiy universytet biznesu ta prava», 2022. URL: <http://lubp.com.ua/wp-content/uploads/2022/12/74.pdf> (data dostupu: 05.01.2022).
16. Shchebel A. I. Upravlinnia potentsialom pidpriemstva v systemi koordynat orhanizatsiinoho rozvytku: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: spets. 08.00.04 / *Lvivskiy universytet biznesu ta prava*. Lviv, 2020. 20 s.
17. Kramar O. M. Pidvyshchennia efektyvnosti funktsionuvannia budivelnykh pidpriemstv na zasadakh udostalennia systemy upravlinnia personalom: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: spets. 08.00.04 / *Lvivskiy universytet biznesu ta prava*. Lviv, 2020. 20 s.
18. Serniak I. I. Formuvannia ta rozvytok sotsialnoho instrumentariiu upravlinnia personalom pidpriemstva: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: spets. 08.00.04 / *Lvivskiy universytet biznesu ta prava*. Lviv, 2019. 20 s.
19. Skrynkovskyy R. M., Sopilnyk L. I., Tsyuh S. I. Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles of Management, Marketing and Economic Diagnosis // *Business Inform*. 2020. № 4. P. 191–199. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-191-199>
20. Skrynkovskyy R., Kataiev A., Zaiats O., Andrushchenko H., Popova N. Competitiveness of The Company on The Market: Analytical Method of Assessment and The Phenomenon of The Impact of Corruption in Ukraine

// Journal of Optimization in Industrial Engineering. 2021. № 14(Special Issue). P. 79–86. doi: <https://dx.doi.org/10.22094/joie.2020.677836>

21. Skrynkovskyy R., Pavlenchuk N., Tsyuh S., Zanevskyy I., Pavlenchuk A. Economic-mathematical model of enterprise profit maximization in the system of sustainable development values // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2022. № 8(4). P. 188–214. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.04.09>

22. Sumets A., Kniash S., Heorhiadi N., Skrynkovskyy R., Matsuk V. Methodological toolkit for assessing the level of stability of agricultural enterprises // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2022. № 8(1). P. 235–255. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.01.12>

23. Sumets A., Serbov M., Skrynkovskyy R., Faldyna V., Satusheva K. Analysis of influencing factors on the development of agricultural enterprises based on e-commerce technologies // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2020. № 6(4). P. 211–231. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2020.06.04.11>

24. Skrynkovskyy R., Tyrkalo Y. Yurydychna vidpovidalnist biznesu // *Ekonomiko-sotsialni vidnosyny v haluzi fizychnoi kultury ta sferi obsluhovuvannia: tezy dop. IV Mizhnar. nauk.-prakt. konferentsii (21.09.2022 r., m. Lviv) / za zah. red. N. Pavlenchuk*. Lviv: LDUFK im. Ivana Boberskoho, 2022. S. 97–99.

25. Skrynkovskyy R.M., Kostyuk N.R., Semchuk Z.V., Koropetskyi O.O. Diahnostyka polityky kerivnytstva u sferakh yakosti, sotsialnoi vidpovidalnosti, informatsiinoi bezpeky y okhorony pratsi ta mekhanizm zabezpechennia hidnoi pratsi na pidprijemstvi // *Biznes Inform*. 2016. № 3. S. 131–137.

26. Skrynkovskyy R.M., Kramar R.I., Harasym P.S. Diahnostyka efektyvnosti systemy zakhystu informatsii na pidprijemstvi ta vidpovidalnist za porushennia zakonodavstva pro komertsiiu taiemnytsiu // *Porivnialno-analitychne pravo*. 2016. № 1. S. 225–228.

27. Skrynkovskyy R., Dmytriieva Y., Chubenko A. Diahnostyka mozhlyvosti pidprijemstva shchodo utrymanna kliientury ta vidpovidalnist za porushennia zakonodavstva pro zakhyst prav spozhyvachiv // *Pidprijemnytstvo, hospodarstvo i pravo*. 2016. № 9. S. 45–50.

28. Skrynkovskyy R., Kramar R. Diahnostyka formuvannia i vykorystannia prybutku pidprijemstva ta vidpovidalnist kerivnyka za porushennia podatkovoho zakonodavstva // *Pidprijemnytstvo, hospodarstvo i pravo*. 2016. № 6. S. 130–134.

29. Skrynkovskyy R., Noha I., Chubenko A. Diahnostyka stanu kadrovoho obliku i dilovodstva na pidprijemstvi ta vidpovidalnist za porushennia vymoh zakonodavstva u sferi zakhystu personalnykh danykh // *Pidprijemnytstvo, hospodarstvo i pravo*. 2016. № 8. S. 52–57.

30. Skrynkovskyy R., Chubenko A. Diahnostyka konkurentnoho potentsialu pidprijemstva ta vidpovidalnist za porushennia zakonodavstva pro zakhyst ekonomichnoi konkurentsii // *Pidprijemnytstvo, hospodarstvo i pravo*. 2016. № 7. S. 49–54.

31. Skrynkovskyy R.M., Kramar R.I. Diahnostyka roboty kerivnytstva pidprijemstva na instytutsiinomu rivni upravlinnia v konteksti dotrymanna chynnoho zakonodavstva, statutu ta vykonannia posadovykh oboviazkiv // *Yurydychni naukovyi elektronnyi zhurnal*. 2016. № 2. S. 96–99. URL: http://www.lsej.org.ua/2_2016/28.pdf (data dostupu: 05.01.2022).

32. Skrynkovskyy R., Tyrkalo Y. Entrepreneurial Risks: Nature, Types, Assessment Methods and Ways to Reduce Them // *Path of Science*. 2021. Vol. 7, No. 12. P. 2015–2023. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.77-11>

33. Popova N., Kataiev A., Nevertii A., Kryvoruchko O., Skrynkovskyy R. Marketing Aspects of Innovative Development of Business Organizations in the Sphere of Production, Trade, Transport, and Logistics in VUCA Conditions // *Studies of Applied Economics*. 2021. № 38(4). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v38i4.3962>

34. Skrynkovskyy R.M., Kramar O.M., Zamula K.P., Khmyz V.T., Vizniak Y.Y., Hudyma V.V., Horbonos F.V., Tyrkalo Y.Y., Pavlenchuk N.F. Osoblyvosti oblikovo-analitychnoho zabezpechennia upravlinnia pidprijemnytskymy ryzykamy // *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka». Serii: «Ekonomichni nauky»*. 2021. № 12(56), 3 t. S. 23–33. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2021-12-7813>

35. Bacarr N. Verhulst and the logistic equation (1838) // *A Short History of Mathematical Population Dynamics*. London: Springer, 2011. P. 35–39. doi: https://doi.org/10.1007/978-0-85729-115-8_6

36. Skrynkovskyy R.M. Metodychni rekomendatsii do otsiniuvannia investytsiinoi pryvablyvosti pidprijemstv // *Investytsii: praktyka ta dosvid*. 2011. № 23. S. 62–67.

37. Upravlinska informatsiia // *Farmatsevychna entsyklopediia*. URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/6094/upravlinska-informaciya> (data dostupu: 05.01.2022).

УДК 338.001.36:336.64

Смельянов Олександр Юрійович

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка»*

Yemelyanov Olexandr

*Doctor of Economics, Professor,
Professor of the Department of Business Economics and Investment
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0002-1743-1646*

Базарник Остап-Павло Романович

*студент Інституту економіки і менеджменту
Національного університету «Львівська політехніка»*

Bazarnyk Ostep-Pavlo

*Student of the Institute of Economics and Management
Lviv Polytechnic National University*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8779

РЕАЛІЗАЦІЯ ПОТЕНЦІАЛУ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ ЯК СПОСІБ АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

REALIZATION OF ENERGY SAVING POTENTIAL AS A METHOD OF ANTI-CRISIS FINANCIAL MANAGEMENT AT ENTERPRISES

Анотація. На теперішній час продукція низки підприємств України характеризується високим ступенем енергоємності, тобто цим підприємствам є притаманною певна величина потенціалу енергозбереження. Як показує практика господарської діяльності, реалізація такого потенціалу може позитивно вплинути як на обсяги фінансово-економічних результатів, так і на загальний рівень економічної ефективності функціонування суб'єктів підприємництва. Водночас, значна кількість українських підприємств перебувають у стані фінансової кризи або у передкризовому стані. Вихід з такого стану потребуватиме впровадження комплексу заходів з антикризового фінансового управління. Зокрема, до цих заходів може бути віднесено і реалізацію наявного у підприємств потенціалу енергозбереження. У зв'язку з цим метою цієї статті є оцінювання тієї ролі, яку може відігравати зазначена реалізація у процесі антикризового фінансового управління на підприємствах. Встановлено, що під потенціалом енергозбереження на підприємствах варто розуміти їх здатність реалізовувати заходи з економії енергетичних ресурсів, які споживаються, забезпечуючи при цьому належний рівень ефективності інвестування у зазначені заходи, за існуючого або очікуваного стану внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування суб'єктів господарювання. Виконано моделювання впливу реалізації потенціалу енергозбереження на фінансову стійкість підприємств. Визначено загальну послідовність процесу оцінювання впливу енергоємності продукції підприємств на їх фінансову стійкість. Здійснено емпіричний аналіз можливостей подолання фінансової кризи на підприємствах завдяки реалізації наявного у них потенціалу енергозбереження. Встановлено тенденцію до зменшення енергоємності продукції із покращенням рівня фінансової стійкості досліджуваних підприємств. Отже, підприємства з меншою енергоємністю продукції характеризуються більш високим рівнем їх фінансової стійкості. Тому реалізацію потенціалу енергозбереження на підприємствах з високою енергоємністю продукції можна вважати важливим напрямом підвищення фінансової стійкості цих підприємств та, відповідно, дієвим інструментом антикризового фінансового управління.

Ключові слова: фінансова криза, антикризове управління, підприємство, потенціал енергозбереження, енергоємність продукції.

Summary. Currently, the products of a number of Ukrainian enterprises are characterized by a high degree of energy intensity, that is, these enterprises have a certain amount of energy saving potential. As the practice of economic activity shows, the realization of such potential can have a positive effect on both the volume of financial and economic results and the overall level of economic efficiency of the functioning of business entities. At the same time, a significant number of Ukrainian enterprises are in a state of financial crisis or in a pre-crisis state. Getting out of this situation will require the implementation of a set of anti-crisis financial management measures. In particular, these measures can include the implementation of energy saving potential available at enterprises. In this regard, the purpose of this article is to evaluate the role that the specified implementation can play in the process of anti-crisis financial management at enterprises. It has been established that the potential of energy saving at enterprises should be understood as their ability to implement measures to save energy resources that are consumed, while ensuring the appropriate level of efficiency of investment in these measures, given the existing or expected state of the internal and external environment of the business entities. Modeling of the impact of the implementation of energy saving potential on the financial stability of enterprises has been carried out. The general sequence of the process of assessing the impact of the energy intensity of the products of enterprises on their financial stability has been determined. An empirical analysis of the possibilities of overcoming the financial crisis at enterprises thanks to the realization of their energy saving potential was carried out. A tendency to decrease the energy intensity of products with an improvement in the level of financial stability of the studied enterprises has been established. Consequently, enterprises with lower energy-intensive products are characterized by a higher level of their financial stability. Therefore, the implementation of energy saving potential at enterprises with high energy-intensive products can be considered an important direction of increasing the financial stability of these enterprises and, accordingly, an effective tool of anti-crisis financial management.

Key words: financial crisis, anti-crisis management, enterprise, energy saving potential, energy intensity of products.

Постановка проблеми. В останні роки багато українських підприємств перебували у стані фінансової кризи та мали високу схильність до банкрутства. Ця ситуація потребувала розроблення та невідкладної реалізації комплексу заходів з антикризового фінансового управління на підприємствах. Водночас, не усі підприємства здійснили таку реалізацію або розроблені ними заходи були недостатніми для того, щоб забезпечити вихід суб'єктів господарювання з кризового стану. Як наслідок, низка підприємств продовжила знаходитися у ньому або взагалі припинила свою господарську діяльність.

Недостатня ефективність заходів з антикризового фінансового управління підприємствами може бути зумовлена, серед іншого, об'єктивною неможливістю виходу з кризового стану окремих підприємств, не дивлячись на усі можливі зусилля їх власників та менеджерів, що були спрямовані на забезпечення такого виходу. Однак досить часто розроблені програми антикризового фінансового управління на підприємствах є недостатньо повними, тобто вони не враховують увесь спектр можливих інструментів такого управління. Зокрема, на теперішній час продукція ряду підприємств України характеризується високим ступенем енергоємності, тобто цим підприємствам є притаманною певна величина потенціалу енергозбереження. Тому існує необхідність оцінити ту роль, яку може відігравати реалізація зазначеного потенціалу у процесі антикризового фінансового управління на підприємствах.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемі подолання фінансових криз на підприємствах присвячено значну кількість наукових праць. Зокрема, значний внесок у вирішення цієї проблеми

зробили такі вчені, як С. Ганзюк [1], В. Даніч [2], О. Денисюк [3], Д. Долбнева [4], Л. Зверук [5], Н. Ковальчук [6], І. Кривов'язюк [7], О. Романович [8], Т. Сак [9], В. Чепка [10] та ін. Серед іншого, науковцями встановлено ознаки настання фінансової кризи на підприємствах, визначено чинники, які зумовлюють таке настання, та визначено низку дієвих інструментів антикризового фінансового управління на підприємствах. Проте питання ролі, яку може відігравати реалізація потенціалу енергозбереження у системі заходів з антикризового фінансового управління на підприємствах, на теперішній час не є остаточно вирішеним та потребує його подальшого дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою статті є оцінювання тієї ролі, яку може відігравати реалізація потенціалу енергозбереження у процесі антикризового фінансового управління на підприємствах. Досягнення поставленої мети зумовлює потребу у вирішенні таких головних завдань: моделювання впливу реалізації потенціалу енергозбереження на фінансову стійкість підприємств; визначення послідовності оцінювання впливу рівня енергоємності продукції підприємств на їх фінансову стійкість; здійснення емпіричного аналізу можливостей подолання фінансової кризи на підприємствах завдяки реалізації наявного у них потенціалу енергозбереження.

Виклад основного матеріалу. Під потенціалом енергозбереження на підприємствах варто розуміти їх здатність реалізовувати заходи з економії енергетичних ресурсів, які споживаються, забезпечуючи при цьому належний рівень ефективності інвестування у зазначені заходи, за існуючого або очікуваного стану внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування суб'єктів

господарювання. При цьому економія енергетичних ресурсів у даному випадку може мати як абсолютний, так і відносний характер [11, 12].

Необхідно відзначити, що одним з головних проявів фінансової кризи на підприємствах є низький рівень їх фінансової стійкості. Своєю чергою, зазначена стійкість відображається, насамперед, у здатності суб'єкта господарювання своєчасно й в повному обсязі погашати свої зобов'язання перед кредиторами. Водночас, при моделюванні процесу погашення позик, узятих підприємством, необхідно брати до уваги таку умову їхнього своєчасного повернення:

$$\sum_{t=1}^T \frac{H}{(1+p)^t} = \frac{H}{p} \cdot \left(1 - \frac{1}{(1+p)^T}\right) \geq \Pi, \quad (1)$$

де T — усереднена тривалість погашення усіх позик, які було узято суб'єктом підприємництва, років; H — усереднений річний обсяг тих надходжень, які цей суб'єкт може використати для виконання своїх боргових зобов'язань, грн., p — середній за узятими підприємством позиками рівень позикового відсотка, частки одиниці; Π — загальна величина позик, які було узято суб'єктом підприємництва, грн.

Отже, як впливає з виразу (1), підприємство своєчасно поверне узяті позики, якщо дисконтований за середнім рівнем позикового відсотка потік надходжень підприємства, спрямований на таке повернення, не буде меншим за поточний обсяг боргових зобов'язань компанії.

Перетворивши вираз (1) у рівність та виразивши з цієї рівності H , отримаємо:

$$H_m = \frac{\Pi \cdot p \cdot (1+p)^T}{(1+p)^T - 1}, \quad (2)$$

де H_m — мінімально необхідна для повного та своєчасного виконання усіх боргових зобов'язань річна величина надходжень підприємства, яку це підприємство може використати для погашення узятих ним позик, грн.

Враховуючи викладене вище, рівень фінансової стійкості підприємства може бути оціненим із використанням такого показника:

$$P_{фсн} = \frac{H_n}{H_m} = \frac{H_n \cdot ((1+p)^T - 1)}{\Pi \cdot p \cdot (1+p)^T}, \quad (3)$$

де $P_{фсн}$ — рівень фінансової стійкості підприємства; H_n — прогнозна річна величина надходжень підприємства, яку це підприємство може використати для погашення узятих ним позик, грн.

З виразу (3) випливає, що у випадку, коли значення показника (3) є меншим одиниці, рівень фінансової стійкості підприємства слід вважати незадовільним.

З урахуванням виразу (3) можливо побудувати модель оцінювання впливу реалізації потенціалу енергозбереження на зміну рівня фінансової стій-

кості суб'єкта підприємництва. Ця модель матиме такий формалізований вигляд:

$$\Delta P_{фсн} = \frac{(H_n + E - I) \cdot ((1+p + \Delta p)^{T+\Delta T} - 1)}{(\Pi + \Delta \Pi) \cdot (p + \Delta p) \cdot (1+p + \Delta p)^{T+\Delta T}} - \frac{H_n \cdot ((1+p)^T - 1)}{\Pi \cdot p \cdot (1+p)^T}, \quad (4)$$

де $\Delta P_{фсн}$ — очікуваний приріст рівня фінансової стійкості підприємства внаслідок реалізації наявного у нього потенціалу енергозбереження; E — очікуване зниження річної величини видатків підприємства, пов'язаних зі споживанням ним енергетичних ресурсів, внаслідок реалізації наявного у підприємства потенціалу енергозбереження, грн.; I — очікуваний приріст величини певних видів операційних витрат підприємства після реалізації ним енергозберігаючих заходів (зокрема, можливий приріст амортизаційних відрахувань внаслідок введення в експлуатацію енергозберігаючого устаткування), грн.; Δp , ΔT , $\Delta \Pi$ — очікувана зміна внаслідок реалізації потенціалу енергозбереження на підприємстві відповідно середнього рівня позикового відсотка за узятими підприємством позиками, середньої тривалості їх погашення та загальної величини цих позик.

Процес оцінювання впливу рівня енергоемності продукції підприємств на їх фінансову стійкість повинен відбуватися у певній послідовності, основними етапами якої є: 1) формування вибірки підприємств певного виду економічної діяльності та збір вхідних даних; 2) поділ обраних підприємств на групи за часткою позикового капіталу в структурі їх сукупного капіталу (у подальшому усі дослідження повинні виконуватися за кожною такою групою окремо); 3) розрахунок з використанням формули (3) рівня фінансової стійкості кожного підприємства та поділ підприємств у межах кожної їх групи на підгрупи за рівнем їх фінансової стійкості; 4) оцінювання енергоемності продукції кожного підприємства (як частки витрат на енергетичні ресурси у структурі чистого доходу підприємства); 5) визначення усередненої енергоемності продукції за кожною підгрупою підприємств; 6) оцінювання статистичної значущості залежності між усередненою енергоемністю продукції та рівнем фінансової стійкості досліджуваних підприємств.

З метою практичного застосування запропонованої послідовності дій було створено вибірку з 56 підприємств України, які здійснюють виготовлення виробів з металу. Ці підприємства було поділено на дві групи за часткою позикового капіталу в структурі їх сукупного капіталу, а саме на: підприємства, у яких ця частка становить менше 40%, та підприємства, у яких зазначена частка дорівнює або перевищує 40%. Як впливає

Таблиця 1

Результати групування досліджуваних підприємств

Підгрупи підприємств за рівнем їх фінансової стійкості	Кількість підприємств, у яких частка позикового капіталу в структурі сукупного капіталу	
	Не перевищує 40%	Дорівнює або перевищує 40%
1. Підприємства з незадовільним рівнем фінансової стійкості	10	14
2. Підприємства із середнім рівнем фінансової стійкості	13	7
3. Підприємства з високим рівнем фінансової стійкості	7	5
Всього	30	26

Джерело: розраховано авторами

з даних табл. 1, до першої групи належать 30 підприємств, а до другої — 26. Також підприємства кожної групи було поділено на підгрупи за рівнем їх фінансової стійкості, а саме на: підприємства із незадовільним рівнем фінансової стійкості (у яких значення показника (3) не перевищують 1); підприємства із середнім рівнем фінансової стійкості (у яких значення показника (3) знаходяться у межах від 1 до 1,5); підприємства з високим рівнем фінансової стійкості (у яких значення показника (3) перевищують 1,5).

Розрахувавши для кожного з підприємств енергоємність їх продукції, було обчислено її усереднений рівень за кожною підгрупою досліджуваних суб'єктів підприємництва. Результати цих розрахунків зведено у табл. 2. Як видно з даних, представлених у цій таблиці, за обома групами підприємств існує тенденція до зменшення енергоємності продукції із підвищенням рівня фінансової стійкості досліджуваних підприємств. Використання методу дисперсійного аналізу дало змогу встановити, що розглянута залежність є статистично значущою, оскільки фактичні значення F -критерію перевищують його критичні значення з рівнем значущості $\alpha = 0,05$.

Отже, підприємства з меншою енергоємністю продукції у середньому характеризуються більш

високим рівнем їх фінансової стійкості. Тому реалізацію потенціалу енергозбереження на підприємствах з високою енергоємністю продукції можна вважати важливим напрямом підвищення фінансової стійкості цих підприємств та, відповідно, дієвим інструментом антикризового фінансового управління.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Використовуючи запропоновану модель оцінювання впливу реалізації потенціалу енергозбереження на зміну рівня фінансової стійкості підприємств у практиці їх діяльності, можливо визначити здатність підприємств до виходу зі стану фінансової кризи або передкризового стану завдяки здійсненню певних енергозберігаючих заходів. При цьому процес оцінювання впливу рівня енергоємності продукції підприємств на їх фінансову стійкість повинен відбуватися у певній послідовності, основними етапами якої є: 1) формування вибірки підприємств певного виду економічної діяльності та збір вхідних даних; 2) поділ обраних підприємств на групи за часткою позикового капіталу в структурі їх сукупного капіталу; 3) розрахунок з використанням формули (3) рівня фінансової стійкості кожного підприємства та поділ підприємств у межах кожної їх групи на підгрупи за рівнем їх фінансової стійкості; 4) оцінювання

Таблиця 2

Показники залежності між рівнем фінансової стійкості досліджуваних підприємств та енергоємністю їх продукції

Назви показників	Значення показників для підприємств, у яких частка позикового капіталу в структурі сукупного капіталу	
	Не перевищує 40%	Дорівнює або перевищує 40%
1. Усереднений рівень енергоємності продукції для підприємств:		
1.1. З незадовільним рівнем фінансової стійкості, частки одиниці	0,15	0,14
1.2. Із середнім рівнем фінансової стійкості, частки одиниці	0,12	0,11
1.3. З високим рівнем фінансової стійкості, частки одиниці	0,08	0,09
2. Фактичне значення F -критерію	5,49	6,15

Джерело: розраховано авторами

енергоємності продукції кожного підприємства; 5) визначення усередненої енергоємності продукції за кожною підгрупою підприємств; 6) оцінювання статистичної значущості залежності між усередненою енергоємністю продукції та рівнем фінансової стійкості досліджуваних підприємств. З метою практичного застосування запропонованої послідовності дій було утворено вибірку з 56 підприємств України, які здійснюють виготовлення виробів з металу. Встановлено тенденцію до зменшення енергоємності продукції із підвищенням рівня фінансової стійкості досліджуваних підпри-

ємств. Отже, підприємства з меншою енергоємністю продукції характеризуються більш високим рівнем їх фінансової стійкості. Тому реалізацію потенціалу енергозбереження на підприємствах з високою енергоємністю продукції можна вважати важливим напрямом підвищення фінансової стійкості цих підприємств та, відповідно, дієвим інструментом антикризового фінансового управління. Подальші дослідження потребують розроблення методу встановлення оптимального рівня енергоємності продукції підприємств у контексті забезпечення їх кредитоспроможності.

Література

1. Ганзюк С. М. Фінансова криза на підприємствах України // Молодий вчений. 2016. № 3(30). С. 49–52.
2. Даніч В. М., Пархоменко Н. О. Визначення кризового стану підприємства // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 4. С. 208–218.
3. Денисюк О. Г., Дерев'яно О. Ю. Сутність, класифікація та причини виникнення криз у діяльності підприємств // Вісник Житомирського державного технологічного університету. 2015. № 1. С. 80–87.
4. Долбнева Д. В. Сучасні тенденції банкрутства підприємств в Україні та заходи по запобіганню їх неплатоспроможності // Бізнес Інформ. 2015. № 10. С. 244–249.
5. Зверук Л. А., Давиденко Л. М. Антикризове управління підприємством в умовах інноваційного розвитку // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2017. № 1(2). С. 69–75.
6. Ковальчук Н. О., Павлюк А. О. Антикризовий фінансовий менеджмент як основа управління фінансами вітчизняних підприємств // Економіка і суспільство. 2016. № 3. С. 203–208.
7. Кривов'язюк І. В., Стрільчук Р. М. Діагностика кризового стану інноваційно активних машинобудівних підприємств на базі дискримінантної моделі // Актуальні проблеми економіки. 2016. № 7. С. 454–465.
8. Романович О. О., Свистун Л. А. Кризові явища у діяльності українських підприємств та методи їх діагностики // Молодий вчений. 2017. № 11(51). С. 1295–1299.
9. Сак Т. В. Діагностика причин кризи машинобудівних підприємств України // Економіка і суспільство. 2018. № 19. С. 604–611.
10. Чепка В. В., Матяш О. К. Фінансова стійкість підприємства: сутність та фактори впливу // Економіка і суспільство. 2017. № 12. С. 649–655.
11. Yemelyanov O., Symak A., Petrushka T., Zahoretska O., Kusiy M., Lesyk R., Lesyk L. Changes in Energy Consumption, Economic Growth and Aspirations for Energy Independence: Sectoral Analysis of Uses of Natural Gas in Ukrainian Economy // Energies. 2019. Vol. (12(24)). P. 4724.
12. Lesynskyi V., Yemelyanov O., Zarytska O., Symak A., Koleshchuk O. Substantiation of projects that account for risk in the resource-saving technological changes at enterprises // Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. 2018. Vol. 6, Issue 1. P. 6–16. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2018.149942>

References

1. Ghanzjuk S. M. Finansova kryza na pidpryjemstvakh Ukrainy // Molodyj vchenyj. 2016. № 3(30). S. 49–52.
2. Danich V. M., Parkhomenko N. O. Vyznachennja kryzovogho stanu pidpryjemstva // Marketyngh i menedzhment innovacij. 2013. № 4. S. 208–218.
3. Denysjuk O. Gh., Derev'janko O. Ju. Sutnistj, klasyfikacija ta prychny vynyknennja kryz u dijajnosti pidpryjemstv // Visnyk Zhytomyrskogho derzhavnogho tekhnologichnogho universytetu. 2015. № 1. S. 80–87.
4. Dolbnjeva D. V. Suchasni tendenciji bankrutstva pidpryjemstv v Ukraini ta zakhody po zapobighannju jikh neplatospromozhnosti // Biznes Inform. 2015. № 10. S. 244–249.
5. Zveruk L. A., Davydenko L. M. Antykryzove upravlinnja pidpryjemstvom v umovakh innovacijnogho rozvytku // Mizhнародnyj naukovyj zhurnal «Internauka». 2017. № 1(2). S. 69–75.
6. Kovaljchuk N. O., Pavljuk A. O. Antykryzovyj finansovyj menedzhment jak osnova upravlinnja finansamy vitchyznjanykh pidpryjemstv // Ekonomika i suspilstvo. 2016. № 3. S. 203–208.
7. Kryvov'jazjuk I. V., Striljchuk R. M. Diagnostyka kryzovogho stanu innovacijno aktyvnykh mashynobudivnykh pidpryjemstv na bazi dyskriminantnoji modeli // Aktualni problemy ekonomiky. 2016. № 7. S. 454–465.
8. Romanovych O. O., Svystun L. A. Kryzovi javyshha u dijajnosti ukrajinsjkykh pidpryjemstv ta metody jikh diagnostyky // Molodyj vchenyj. 2017. № 11(51). S. 1295–1299.

9. Sak T. V. Diagnostyka prychyn kryzy mashynobudivnykh pidpryjemstv Ukrainy // *Ekonomika i suspiljstvo*. 2018. № 19. S. 604–611.

10. Chepka V. V., Matjash O. K. Finansova stijkistj pidpryjemstva: sutnistj ta faktory vplyvu // *Ekonomika i suspiljstvo*. 2017. № 12. S. 649–655.

11. Yemelyanov O., Symak A., Petrushka T., Zahoretska O., Kusiya M., Lesyk R., Lesyk L. Changes in Energy Consumption, Economic Growth and Aspirations for Energy Independence: Sectoral Analysis of Uses of Natural Gas in Ukrainian Economy // *Energies*. 2019. Vol. (12(24)). P. 4724.

12. Lesynskiy V., Yemelyanov O., Zarytska O., Symak A., Koleshchuk O. Substantiation of projects that account for risk in the resource-saving technological changes at enterprises. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2018. Vol. 6. Issue 1. P. 6–16. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2018.149942>.

УДК 330.4:[330.3+37]

Петрова Анжела Юріївна

*кандидат фізико-математичних наук,
доцент кафедри економічної кібернетики та прикладної економіки
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна*

Petrova Anzhela

*PhD in Physics and Mathematics,
Associate Professor of the Department of
Economic Cybernetics and Applied Economics
V.N. Karazin Kharkiv National University
ORCID: 0000-0003-1773-1427*

Дейнека Маргарита Олександрівна

*старший викладач кафедри
економічної кібернетики та прикладної економіки
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна*

Deyneka Margarita

*Senior Lecturer of the Department of
Economic Cybernetics and Applied Economics
V.N. Karazin Kharkiv National University
ORCID: 0000-0001-9412-7122*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8821

ІННОВАЦІЇ ТА ОСВІТА: КОРЕЛЯЦІЙНО-РЕГРЕСІЙНИЙ АНАЛІЗ

INNOVATION AND EDUCATION: CORRELATION-REGRESSION ANALYSIS

Анотація. Інновації в сучасних умовах стають важливими фактором впливу, зокрема для розвитку національної економіки країни, підвищення рівня людського розвитку та в соціальній сфері. Цим обґрунтовується необхідність дослідження взаємозв'язку відповідних соціально-економічних показників з інноваціями. В нашій роботі представлено результати кореляційно-регресійного аналізу між індексом інноваційних можливостей (Глобальний індекс інновацій) та спектром освітніх показників (очікувана тривалість навчання в роках, середня кількість років, що витрачені на навчання та Індекс освіти). Статистичні дані показників за 2021 рік. Вибірка включає 123 країни, що відрізняються за географічною ознакою та приналежністю країни до дохідної групи. Проведено кореляційний аналіз для вибірки в цілому, що дозволив виявити однаковий характер лінійного зв'язку (прямий та тісний) між індексом інновацій та обраними освітніми показниками. Для груп країн за рівнем доходу між індексом освіти та інновацій виявлено різний за характером прямий лінійний зв'язок: тісний між показниками для високодохідних країн, а слабкий – для країн з доходом вище середнього. Побудовано однофакторні лінійні моделі регресії та багатофакторну, які демонструють вплив освітніх показників на індекс інновацій. Представлено розрахунки щодо перевірки параметрів моделей на статистичну значимість (*t*-критерій Стьюдента) та адекватність моделей в цілому (*F*-критерій Фішера), а також порівняння результатів побудованих моделей регресії. Візуалізовано співставлення значень відповідних показників на діаграмах. Отримано результат щодо позитивного впливу освітніх показників на індекс інновацій, що відображає різні аспекти інноваційної діяльності в країні. Зокрема, зростання Глобального індексу інновацій супроводжується збільшенням значення узагальненого показника рівня освіти – Індексу освіти.

Ключові слова: інновації, освіта, кореляція, регресія, візуалізація, індекс.

Summary. Innovations in modern conditions become an important influencing factor, in particular, for the development of the country's national economy, increasing the level of human development and in the social sphere. This substantiates the need to study the relationship between relevant socio-economic indicators and innovations. Our work presents the results of a correlation-regression analysis between the index of innovation opportunities (The Global Innovation Index) and a range of

educational indicators (Expected years of schooling, Mean years of schooling and the Education Index). Statistics of indicators for 2021. The sample includes 123 countries, differing by geographic feature and country's membership of the income group. A correlation analysis was conducted for the sample as a whole, which revealed the same nature of the linear relationship (direct and close) between the innovation index and the selected educational indicators. For groups of countries by income level, a direct linear relationship of different nature was found between the education and innovation index: close between the indicators for high income countries, and weak for countries with upper middle income. One-factor and multivariate linear regression models were built, which demonstrate the influence of educational indicators on the innovation index. Calculations for checking model parameters for statistical significance (Student's t-test) and the adequacy of models in general (Fisher's F-test) are presented, as well as a comparison of the results of built regression models. The comparison of the values of the relevant indicators on the charts is visualized. A result was obtained regarding the positive influence of educational indicators on the innovation index, which reflects various aspects of innovative activity in the country. In particular, the growth of the Global Innovation Index is accompanied by an increase in the value of the generalized indicator of the level of education – the Education Index.

Key words: innovation, education, correlation, regression, visualization, index.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку суспільства супроводжується масштабним впровадженням та застосуванням інноваційних розробок у різних сферах діяльності та життя. Саме тому виникає потреба в дослідженні механізму зв'язку інновацій з відповідними соціально-економічними факторами. Відзначимо, що у напрямку дослідження взаємозв'язку інновацій з освітою мало уваги акцентується на емпіричному та кількісному аналізі показників. А такі розробки можуть стати додатковими та обґрунтованими аргументами під час планування та створення програм розвитку освітньої та інноваційної політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інновації стали важливим фактором розвитку економіки країни і це підтверджується рядом досліджень [1–4]. Позитивний вплив на рівень людського розвитку від інноваційних розробок відзначено в роботах [5–7].

Слід відзначити ефект застосування інновацій в соціальних сферах життя суспільства, зокрема в охороні здоров'я та освіті. У роботі [8] автори стверджують про необхідність інновацій для надання медичної допомоги. Нові та інноваційні рішення дозволяють вирішити ряд проблем з доступністю та якістю надання медичних послуг. А тому автори вважають, що медична сфера має сприяти активному впровадженню інновацій на різних рівнях та місцях. А стаття [9] демонструє можливості застосування такої інноваційної розробки як мікрочіпи, а саме їх основи, переваги та недоліки.

Проведення ефективної інноваційної політики пов'язано з заходами освітньої сфери. Зокрема, в дослідженні [10] розроблено моделі регресії, які відображають залежність рівня людського розвитку від певного набору факторів. Серед яких рівень освіти та розвитку інновацій, де їх підвищення позитивно впливає на рівень життя населення. Крім того, виникає питання, чи мають взаємозв'язок інновації з рівнем освіти та грамотності населення.

Так в роботі [11] досліджується вплив інтелектуального капіталу (рівень національного IQ,

людський капітал та індекс освіти) на індекс інновацій. Визначено, що між ними існує позитивний зв'язок та підвищення рівня інтелектуального капіталу сприяє інноваційному розвитку.

Мета статті: реалізація кореляційно-регресійного аналізу між індексом інноваційних можливостей та спектром освітніх показників для вибірки країн.

Виклад основного матеріалу. Дані. Сформовано вибірку, яка включає 123 країни, що відрізняються за географічною ознакою (Європа, Центральна, Південна та Східна Азія, Північна та Латинська Америка, Африка та інші), а також за рівнем доходу на душу населення за класифікацією Світового банку [12]: високодохідні (High income), дохід вище середнього (Upper middle income), дохід нижче середнього (Lower middle income) та низькодохідні (Low income).

Показником, що демонструє рівень інноваційних можливостей країни, є Глобальний індекс інновацій (The Global Innovation Index — GII). На основі значення GII (його розрахунок включає 80 показників) формується рейтинг країн, де в 2021 році до нього потрапити 132 країни. На рис. 1 показано трійку лідерів за значенням GII, для України GII = 35,6 та 49 місце в рейтингу, Ангола займає останнє місце в рейтингу зі значенням GII, що дорівнює 15.

Індекс освіти (the Education Index — EI) розраховується як середнє арифметичне двох індексів, отриманих на основі показників: очікувана тривалість навчання в роках (Expected years of schooling — EYS) та середня кількість років, що витрачені на навчання (Mean years of schooling — MYS). Рейтинг країн за обраними показниками, де найбільша очікувана тривалість навчання в Новій Зеландії (20,3 роки), а найменша — в Нігерії (7 років), в Україні це 15 років. Що стосується середньої кількості років, що витрачені на навчання, найбільше значення фіксується в Німеччині (14,1 роки), а найменше — в Буркіна-Фасо (2,1 роки), а в Україні значення дорівнює 11,1 роки.

Індекс освіти певним чином узагальнює лише два попередньо розглянуті показники, а тому

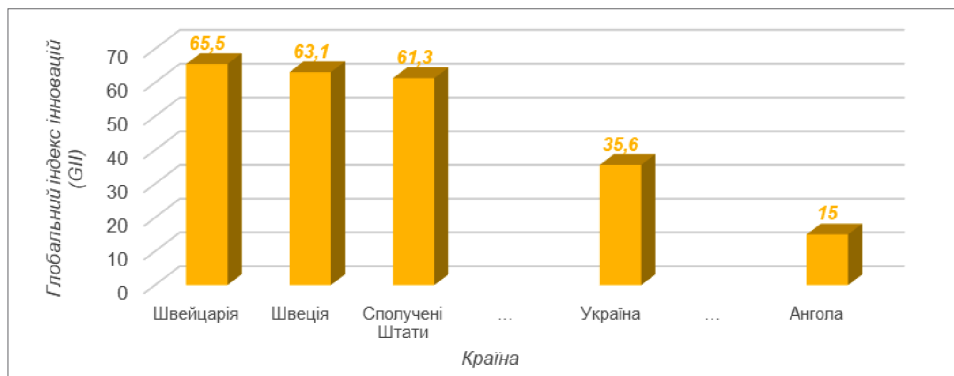


Рис. 1. Фрагмент рейтингу країн за ГІІ, 2021

Джерело: створено авторами за даними [13]

неодноразово піддавався критиці. Даний індекс не враховує якість освіти та особливості надання освітніх послуг, зокрема вікові обмеження чи доступність освіти. Крім того, Індекс освіти є важливою складовою авторитетного Індексу людського розвитку (Human Development Index — HDI). Таким чином, для нашої вибірки країн максимальне значення EI (0,995) має Нова Зеландія, а мінімальне значення EI (0,264) — Нігер, Україна в 2021 році досягла значення EI = 0,787 (рис. 2).

Кореляційний аналіз. Проведення даного виду аналізу передбачає розрахунок кореляційної матриці (табл. 1). Вона складається з коефіцієнтів кореляції (r), а їх значення демонструє напрямок та силу лінійного зв'язку між обраними показниками. Таким чином, виявлено прямий та тісний лінійний зв'язок ($r > 0,7$) між індексом інновацій та спектром

освітніх показників, а саме: очікуваною тривалістю навчання, середньою кількістю років, що витрачені на навчання, а також індексом освіти (табл. 1).

В табл. 1 розраховано лінійний коефіцієнт кореляції $r = 0,7888$ для вибірки в цілому, який демонструє наявність прямого тісного зв'язку між індексами інновацій та освіти. Таким чином, зростання одного призводить до збільшення іншого. Результати кореляційного аналізу між індексами для груп країн за рівнем доходу представлено в табл. 2, де виявлено варіацію сили зв'язку. Зокрема, тісний зв'язок між показниками для високодоходних країн ($r = 0,6988$), а слабкий ($r = 0,2187$) для країн з доходом вище середнього.

Побудова моделей регресії. Для оцінки параметрів моделей використано надбудову Аналіз даних (Регресія) в MS Excel.

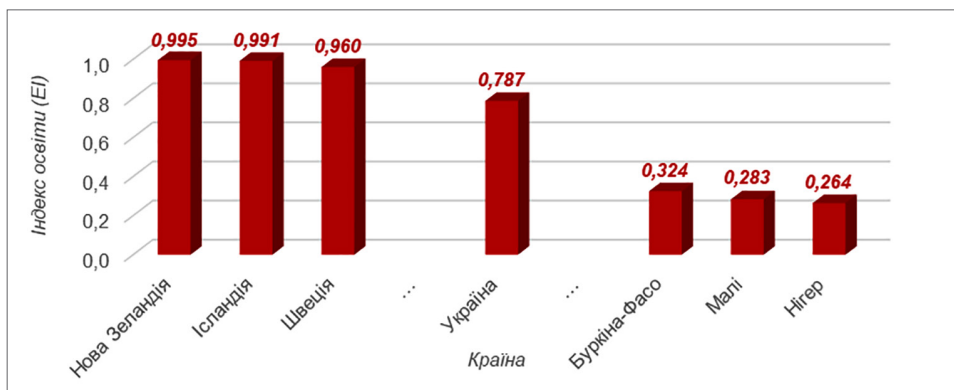


Рис. 2. Фрагмент рейтингу країн за значенням EI, 2021

Джерело: створено авторами за даними [14]

Таблиця 1

Кореляційна матриця

	GII	EYS	MYS	EI
GII	1			
EYS	0,7513	1		
MYS	0,7401	0,7786	1	
EI	0,7888	0,9246	0,9589	1

Джерело: розраховано авторами за даними [13; 14]

Таблиця 2

Кореляція між Індексом освіти (EI) та Глобальним індексом інновацій (GII)

Група країн за рівнем доходу	Коефіцієнт кореляції (r)		Напрямок та характер зв'язку
	EI	GII	
High income (47)	0,6988		Прямий, тісний
Upper middle income (31)	0,2187		Прямий, слабкий
Lower middle income (33)	0,3918		Прямий, помірний
Low income (12)	0,5041		Прямий, середній

Джерело: розраховано автором за даними [13; 14]

Побудовано першу лінійну модель регресії $\widehat{GII} = 3,4 \cdot EYS - 14,61$, де залежною змінною є Глобальний індекс інновацій (GII), а незалежна змінна — очікувана тривалість навчання (EYS). На рис. 3 представлено співставлення фактичних значень відповідних показників та відображення лінійної моделі. Значення коефіцієнта детермінації (R^2) показує, що Глобальний індекс інновацій на 56,44% залежить від очікуваної тривалості нав-

чання, а вплив інших факторів 43,56%. Крім того, якщо очікувана тривалість навчання зростає на 1 рік, то індекс інновацій в середньому зростає на 3,4 пункти.

Побудовано другу модель регресії $\widehat{GII} = 3,02 \cdot MYS + 5,18$, де змінна MYS — середня кількість років, що витрачені на навчання. На рис. 4 показано співставлення фактичних значень відповідних показників та відображення лінійної

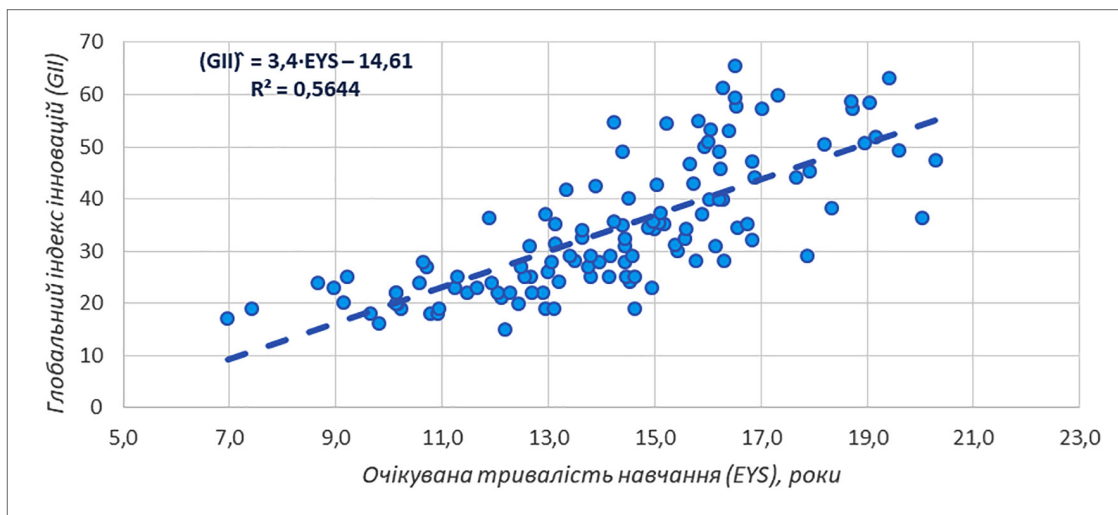


Рис. 3. Візуалізація залежності GII від EYS для вибірки країн, 2021

Джерело: створено авторами за даними [13; 14]

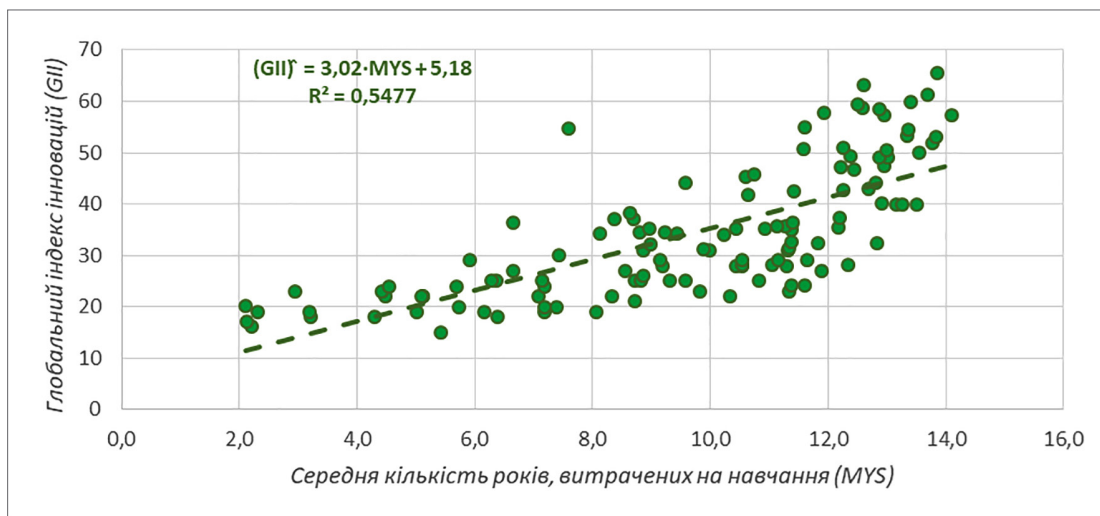


Рис. 4. Візуалізація залежності GII від MYS для вибірки країн, 2021

Джерело: створено авторами за даними [13; 14]

моделі. Значення коефіцієнта детермінації (R^2) показує, що Глобальний індекс інновацій на 54,77% залежить від середньої кількості років, витрачених на навчання, а вплив інших факторів 45,23%. Крім того, якщо середня кількість років, витрачених на навчання зростає на 1 рік, то індекс інновацій в середньому зростає на 3,02 пункти.

Оскільки, за результатами побудови однофакторних моделей, ми з'ясували, що на Глобальний індекс інновацій мають значний вплив інші фактори, що не враховані в моделях.

Побудовано багатофакторну модель, що одночасно відображає вплив EYS та MYS на GII:

$$\widehat{GII} = -10,14 + 2,03 \cdot EYS + 1,61 \cdot MYS,$$

де GII — Глобальний індекс інновацій; EYS — очікувана тривалість навчання, роки; MYS — середня кількість років, витрачених на навчання.

Якщо очікувана тривалість навчання зростає на 1 рік, то індекс інновацій в середньому зростає на 2,03 пункти за умови, що решта факторів залишаться незмінними. А якщо збільшиться на 1 рік середня кількість років, витрачених на навчання,

то індекс інновацій зростає в середньому на 1,61 пункт за умови незмінності інших факторів моделі.

В табл. 3 представлено розрахунки щодо перевірки та порівняння побудованих моделей регресії.

Проведено перевірку параметрів та виявлено, що вони для всіх моделей статистично значимі ($|t_{емп}| > t_{крит}$). F-критерій дозволив визначити, що всі моделі є адекватними, бо $F_{емп} > F_{крит}$ (табл. 3). Порівнюючи побудовані моделі, за значенням R^2 та SSE, що краще і точніше описує залежність Глобального індексу інновацій від очікуваної тривалості навчання та середньої кількості років, витрачених на навчання, а саме багатофакторна модель.

Графічний аналіз (рис. 5) дозволяє сформулювати гіпотезу про наявність лінійного зв'язку між показниками (індекс освіти та інновацій). Побудувавши лінійну залежність: $\widehat{GII} = 58,62 \cdot EI - 7,74$, де EI — Індекс освіти, маємо, що Глобальний індекс інновацій пояснюється на 62,22% зміною EI (за коефіцієнтом детермінації), а решта 37,78% іншими факторами, що не враховані в моделі. Перевірка параметрів за критерієм Стьюдента пока-

Таблиця 3

Перевірка та порівняння побудованих моделей регресії

Вид моделі	$\widehat{GII} = 3,4 \cdot EYS - 14,61$	$\widehat{GII} = 3,02 \cdot MYS + 5,18$	$\widehat{GII} = -10,14 + 2,03 \cdot EYS + 1,61 \cdot MYS$
Значимість параметрів моделі (t-критерій Стьюдента, рівень надійності 95%)			
$t_{емп}$	12,5218	-3,6762	12,1043
$t_{крит}$	1,9797		1,9799
Адекватність моделі (F-критерій Фішера, рівень надійності 95%)			
$F_{емп}$	156,797	146,515	100,225
$F_{крит}$	3,919		3,072
R^2	0,5644	0,5477	0,6255
SSE	8551,14	8879,79	7351,67

Джерело: розраховано авторами

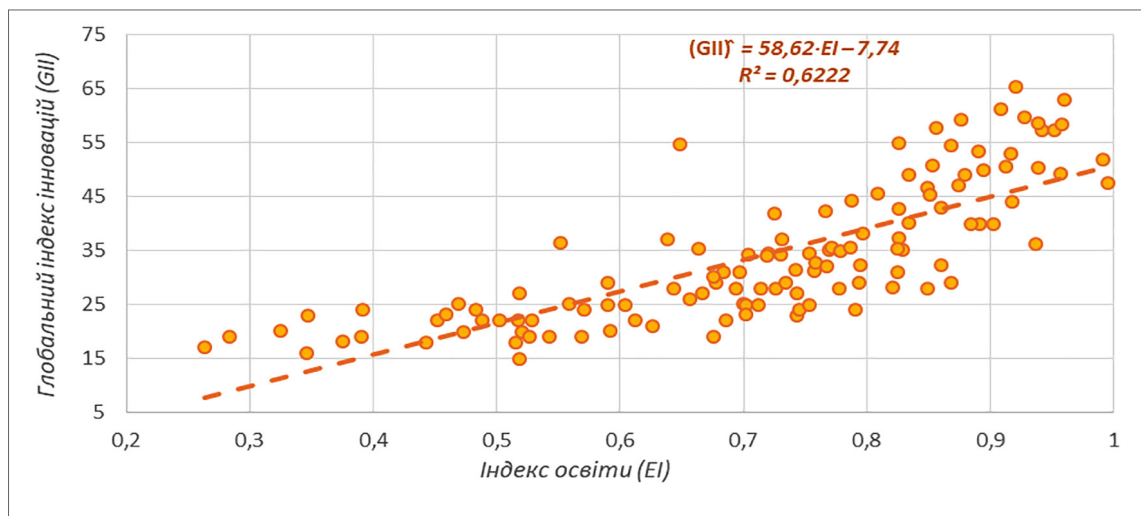


Рис. 5. Візуалізація залежності GII від EI для вибірки країн, 2021

Джерело: створено авторами за даними [13; 14]

зала їх статистичну значимість, а в цілому модель є адекватною за критерієм Фішера.

Висновок. За результатами кореляційно аналізу між Глобальним індексом інновацій та очікуваною тривалістю навчання, середньою кількістю років, витрачених на навчання, а також Індексом освіти для вибірки 123 країн світу, виявлено прямий та тісний характер зв'язку. Для груп країн за рівнем доходу на душу населення між індексами інновацій та освіти він також прямий ліній, але має різний характер (тісний — для високодохідних країн, але слабкий — для країн з доходом вище середнього).

Побудовано однофакторні лінійні моделі регресії та багатофакторну модель, що характеризують

залежність ГІІ від обраних освітніх показників. Відповідно отримано значення коефіцієнтів детермінації, що дозволяють оцінити, який відсоток зміни індексу інновацій пояснюється обраними факторами впливу. Перевірка отриманих моделей по відповідних критеріях показала, що параметри є статистично значимі, а самі моделі в цілому адекватні. Виявлено, що вплив на індекс інновацій таких факторів як очікувана тривалість навчання та середня кількість років, витрачених на навчання краще розглядати в комплексі (якість багатфакторної моделі краща), хоча варто провести перевірку даної моделі на наявність мультиколінеарності. Загалом відмічаємо позитивний вплив освітніх показників на Глобальний індекс інновацій.

Література

1. Rosenberg N. Innovation and Economic Growth. *Innovation and Growth in Tourism*. 2006. P. 43–52. doi: <https://doi.org/10.1787/9789264025028-4-en>.
2. Czarnitzki D., Toivanen O. Innovation Policy and Economic Growth, European Commission-Fellowship initiative. *The future EMU, European Economy, Economic Papers*. 2013. Vol. 482/2013. P. 2–40. doi: <https://doi.org/10.2765/42480>.
3. Pece A.M., Oros S.O.E., Salisteanu F. Innovation and Economic Growth: An Empirical Analysis for CEE Countries. *Procedia Economics and Finance*. 2015. Vol. 26. P. 461–467. doi: [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00874-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00874-6).
4. Дейнека М.О., Тітомир О.С. Інновації та економічний ріст: емпіричний аналіз. About the problems of practice, science and ways to solve them: XXIV міжнародна науково-практична конференція (04–07 травня 2021 р.). Мілан, Італія. С. 43–47. doi: <https://doi.org/10.46299/ISG.2021.I.XXIV>.
5. Ejemeyovwi J.O., Osabuohien E.S., Osabohien R. ICT investments, human capital development, and Institutions in ECOWAS. *International Journal of Business Research*. 2018. Vol. 15(4). P. 463–474. doi: <http://dx.doi.org/10.1504/IJEER.2018.092151>.
6. Azuh D.E., Ejemeyovwi J.O., Adiat Q., Ayanda B.A. Innovation and Human Development Perspectives in West Africa. *SAGE Open*. 2020. Vol. 10(4). doi: <https://doi.org/10.1177/2158244020983277>.
7. Дейнека М.О. Інновації та людський розвиток: взаємозв'язок з диференціацією доходів. Interaction of society and science: prospects and problems: XXII міжнародна науково-практична конференція (20–23 квітня 2021 р.). Лондон, Англія. С. 90–95. doi: <https://doi.org/10.46299/ISG.2021.I.XXII>.
8. Dzau V.J., Yoediono Z., ElLaissi W.F., Cho A.H. Fostering Innovation in Medicine and Health Care: What Must Academic Health Centers Do? *Academic Medicine*. 2013. Vol. 88(10). P. 1424–1429. doi: <https://doi.org/10.1097/ACM.0b013e3182a32fc2>.
9. Shukla S., Agarwal A.K. and Lakhmani A. MICROCHIPS: A leading innovation in medicine. 3rd International Conference on Computing for Sustainable Global Development (INDIACom), 2016. New Delhi, India. P. 205–210.
10. Mihaela M., Țițan E. Education and Innovation in the Context of Economies Globalization. *Procedia Economics and Finance*. 2014. Vol. 15. P. 1042–1046. doi: [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00667-4](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00667-4).
11. Rus A.I., Ilies I., Achim M.V. May intellectual capital influence innovation? A Worldwide empirical study. *Finance & Business Conference — Virtual/Online: 23rd RSEP International Economics (25–26 November 2021)*. Rome, Italy. P. 225–232.
12. World Bank Open Data. URL: <https://data.worldbank.org/> (дата звернення: 10.04.2023)
13. The Global Innovation Index. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator> (дата звернення: 10.04.2023)
14. Human Development Index. URL: <http://hdr.undp.org/en/content/human-development-index-hdi> (дата звернення: 10.04.2023)

References

1. Rosenberg N. Innovation and Economic Growth. *Innovation and Growth in Tourism*. 2006. P. 43–52. <https://doi.org/10.1787/9789264025028-4-en>.

2. Czarnitzki D., Toivanen O. Innovation Policy and Economic Growth, European Comission-Fellowship initiative. The future EMU, European Economy, Economic Papers. 2013. Vol. 482/2013, P. 2–40. <https://doi.org/10.2765/42480>.
3. Pece A. M., Oros S. O. E., Salisteanu F. Innovation and Economic Growth: An Empirical Analysis for CEE Countries. *Procedia Economics and Finance*. 2015. Vol. 26. P. 461–467. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00874-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00874-6).
4. Deyneka M. O., Titomyr O. S. Innovatsii ta ekonomichniy rist: empirychniy analiz. About the problems of practice, science and ways to solve them: XXIV mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia (04–07 travnia 2021r.). Milan, Italiia. S. 43–47. <https://doi.org/10.46299/ISG.2021.I.XXIV>.
5. Ejemeyovwi J. O., Osabuohien E. S., Osabohien R. ICT investments, human capital development, and Institutions in ECOWAS. *International Journal of Business Research*. 2018. Vol. 15(4). P. 463–474. <http://dx.doi.org/10.1504/IJEER.2018.092151>.
6. Azuh D. E., Ejemeyovwi J. O., Adiat Q., Ayanda B. A. Innovation and Human Development Perspectives in West Africa. *SAGE Open*. 2020. Vol. 10(4). <https://doi.org/10.1177/2158244020983277>.
7. Deyneka M. O. Innovatsii ta liudskiy rozvytok: vzaiemozviazok z dyferentsiatsiieiu dokhodiv. Interaction of society and science: prospects and problems: XXII mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia (20–23 kvitnia 2021r.). London, Anhliia. S. 90–95. <https://doi.org/10.46299/ISG.2021.I.XXII>.
8. Dzau V. J., Yoediono Z., ELLaissi W. F., Cho A. H. Fostering Innovation in Medicine and Health Care: What Must Academic Health Centers Do? *Academic Medicine*. 2013. Vol. 88(10). P. 1424–1429. <https://doi.org/10.1097/ACM.0b013e3182a32fc2>.
9. Shukla S., Agarwal A. K. and Lakhmani A. MICROCHIPS: A leading innovation in medicine. 3rd International Conference on Computing for Sustainable Global Development (INDIACom), 2016. New Delhi, India. P. 205–210.
10. Mihaela M., Țițan E. Education and Innovation in the Context of Economies Globalization. *Procedia Economics and Finance*. 2014. Vol. 15. P. 1042–1046. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00667-4](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00667-4).
11. Rus A. I., Ilies I., Achim M. V. May intellectual capital influence innovation? A Worldwide empirical study. *Finance & Business Conference — Virtual/Online: 23rd RSEP International Economics (25–26 November 2021)*. Rome, Italy. P. 225–232.
12. World Bank Open Data. URL: <https://data.worldbank.org/> (date of access 10.04.2023)
13. The Global Innovation Index. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator> (date of access 10.04.2023)
14. Human Development Index. URL: <http://hdr.undp.org/en/content/human-development-index-hdi> (date of access 10.04.2023)

Потравка Лариса Олександрівна

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри екології та сталого розвитку імені професора Ю.В. Пилипенка
Херсонський державний аграрно-економічний університет*

Potravka Larysa

*Doctor of Economic Sciences, Professor
Kherson State Agrarian and Economic University
ORCID: 0000-0002-0011-2286*

Пічура Іван Олександрович

*аспірант
Херсонського державного аграрно-економічного університету*

Pichura Ivan

*Graduate Student of the
Kherson State Agrarian and Economic University*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8809

НАПРЯМИ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИЗМУ ПРИЧОРНОМОР'Я УКРАЇНИ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД DIRECTIONS FOR TOURISM RECOVERY IN THE BLACK SEA REGION OF UKRAINE DURING THE POST-WAR PERIOD

Анотація. Визначено місце галузі туризму у економіці Причорномор'я України. Встановлено стан туристичної галузі у відповідності до зміни податкових надходжень у 2022 році. Доведено ускладнюючі фактори здійснення аналізу туризму у Херсонській області. Акцентовано на порушенні природних та міських ландшафтів у зоні бойових дій та тимчасовій окупації. Наведено результати ЮНЕСКО щодо руйнації історично-культурної спадщини України на сьогоднішній день, наголошено на масштабах злочинів військ російської федерації. Досліджено досвід повоєнного розвитку туризму Боснії і Герцеговини, зосереджено на практиці впровадженні туризму пам'яті. Встановлено реальні види туристичної діяльності, які можуть функціонувати на геокупованих територіях під час дії воєнного стану. Визначено перспективність господарського туризму, насамперед, зосередженого на розвитку аграрного сектору Причорномор'я. Встановлено, що рівень активності сільськогосподарських товаровиробників після геокупації свідчить про перспективність розвитку сільського господарства у майбутньому. Визначено, що у повоєнний період серед прихильників «чорного» і екстремального туризму регіон буде користуватися попитом. У зв'язку з цим, така категорія відвідувачів може використовуватися як інформаційний ресурс. Наголошено на необхідності зміни концепції туризму Херсонської області. Акцентовано на важливості перегляду туристичного продукту регіону та підвищенні рівня культури подорожей. В свою чергу, це надасть можливості створенню плану по відновленню туристичних підприємств та мінімізувати вкладення у відбудову. Зазначено, що розважально-гастрономічний характер туристичних послуг необхідно переглянути в бік духовно-пізнавальної наповненості туристичного продукту, що дозволить чітко зорієнтувати власників у формуванні стратегії розвитку. Розвиток туризму пам'яті стане можливістю для розвитку підприємництва по виготовленню сувенірної продукції та приватних екскурсій. Встановлено, що для громад, які постраждали від військової агресії, відвідуванні туристів може стати початком розбудови, популяризацією культури південного краю.

Ключові слова: Причорномор'я України, економіка, туризм, туристичні об'єкти, туристичний продукт, туризм пам'яті, господарський туризм.

Summary. It was determined the place of the tourism in the economy of the Black Sea region of Ukraine. The state of the tourism industry in accordance with the change in tax revenues in 2022 was established. Factors complicating the analysis of tourism in the Kherson region have been proven. Emphasis is placed on disturbed natural and urban landscapes in the military actions zone and zone of temporary occupation. It was given the results of UNESCO regarding the destruction of the historical and cultural heritage of Ukraine, and the scale of the crimes committed by the troops of the russian federation is emphasized. The experience of the post-war development of tourism in Bosnia and Herzegovina is studied, focusing on the practice of

memory tourism implementation. It has been established the real types of tourism activities that can work in the de-occupied territories during the martial law. The prospects of practical tourism, primarily focused on the development of the agricultural sector of the Black Sea region, have been determined. It was established that the level of activity of agricultural producers after de-occupation indicates the promising development of agriculture in the future. It was determined that during the post-war period, the region will be in demand among supporters of «black» and extreme tourism. In this regard, this category of visitors can be used as an information resource. It was emphasized on the need to change the concept of tourism of the Kherson region. Emphases also were placed on the importance of revising the region's tourism product and raising the level of travel culture. In its turn, this will provide an opportunity to create a plan for the restoration of tourist enterprises and minimize investment into reconstruction. It is noted that the entertainment-gastronomic nature of tourist services needs to be reconsidered in the direction of the spiritual-cognitive content of the tourist product, which will allow to clearly orienting the owners in the formation of the development strategy. The development of memory tourism will become an opportunity for the development of enterprises producing the souvenir products and private tours. It has been established that for communities affected by military aggression, visiting tourists can be the beginning of development and popularization of the culture of the southern region.

Key words: Black Sea region of Ukraine, economy, tourism, tourist objects, tourist product, memory tourism, practical tourism.

Постановка проблеми. Доступності берегової смуги Чорного моря, стан об'єктів культурно-історичної спадщини та придатність і безпечність мережі курортів Причорномор'я України є факторами відновлення сфери туризму Причорномор'я України. Стан галузі туризму Херсонської області характеризується як критичний, а узбережжя Чорного моря, яке вважається основою туристичного бізнесу області, знаходиться в окупації. Досвід звільнених територій доводить злочинну поведінку загарбників, які окрім викрадення майна вчиняють руйнацію або повне знищення культурно-історичних пам'яток, житлового фонду, підприємств та закладів. Території перебування злочинних військ заміновані, забруднені залишками техніки, снарядами та паливом, тому після звільнення потрібен значний період для знешкодження та забезпечення. Розмінування берегової смуги стане важливим завданням для військових фахівців України, а пріоритетність безпеки громадян буде супроводжуватися ретельною перевіркою територіальних вод України. Тому, розгляд відновлення морського туризму області буде залежати від висновків військових фахівців. У той же час, відновлення економіки деокупованих областей є пріоритетним напрямом для органів влади та місцевого самоврядування і зосереджується на відбудові ведучих галузей довоєнного періоду. Публікацію присвячено пошукам відновлення туризму деокупованих територій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У процесі проведення даного дослідження були вивчені результати досліджень вітчизняних та зарубіжних дослідників. Важливим завданням є окреслення напрямів розвитку галузі туризму Херсонської області, яке дозволить якнайшвидше відновити деокуповані території. Актуальності набуває вивчення досвіду країн з повоєнним розвитком, в першу чергу, країн ЄС. Питання повоєнного відновлення туризму України порушено вітчизняними дослідниками, зокрема, колективом авторів: О. Носиревим, Т. Деділовою, І. Токар [20]. Наукове і практичне значення у пошуках напрямів

розвитку туризму у повоєнний період має праця авторського колективу, до складу якого увійшли: А. Моц, С. Шевчук, Т. Середя [21]. З метою дослідження еколого-економічних втрат Херсонської області від вторгнення російських військ вивчено наукову роботу колективу авторів: Т. Сак, І. Більо, Ю. Ткачук [10]. Питання державного регулювання та підтримки порушено колективом авторів, до якого входять фахівці галузі публічного управління: М. Плотнікова, В. Якобчук, Є. Ходаківський [12]. Розглянуто наукові публікації Zeid A. Kassouha [8], в яких висвітлено досвід Боснії і Герцеговини щодо повоєнного розвитку туризму регіону. Встановлено, що першочергового вирішення потребує завдання визначення напрямів повоєнного відновлення туризму, які мають здійснюватися відповідно рівня порушення територій бойовими діями.

Формулювання цілей статті. Метою публікації є визначення напрямів відновлення туризму Причорномор'я України у повоєнний період, що передбачає формування нових видів туризму, зокрема, туризму пам'яті. З урахуванням досвіду повоєнних країн визначено важливість розмежування «чорного» туризму і туризму пам'яті.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головною місією повоєнного туризму Причорномор'я України є популяризація Південного краю, висвітлення національної ідеї широкому колу міжнародної спільноти, створення історії боротьби українського народу проти російських окупантів. Військова агресія російського війська супроводжується руйнацією та знищенням населених пунктів, природних і штучних екосистем, є причиною екологічних катастроф. Встановлення обсягів втрат, економічних та екологічних, потребує наскрізного моніторингу та проведення екологічних досліджень, зруйнований уклад життя населення засвідчує соціальну катастрофу.

Дослідження розвитку туризму в Україні слід поділити на такі періоди: період до карантину (до 2020 року), період зняття певних карантинних

обмежень або довоєнний (2020–2021 рр.), період воєнного стану (2022 рік). Дослідженнями встановлено, що за 2021 рік до бюджету громад України надійшло 244 млн грн туристичного збору, що на 86,8% перевищує показник 2020 року (130,6 млн грн) та на 20% вищий за показник 2019 року (196 млн грн). Найбільше збору надійшло від міста Київ — 68 млн грн, Одеської області — 26,8 млн грн, Львівської області — 23 млн грн, Київської області — 15,3 млн грн та Закарпатської області — 11,7 млн грн. 154 млн грн збору сплачені юридичними особами, 90 млн грн — фізичними особами (ФОП). У розрізі сезонів визначено, що влітку здійснено 35% сплат від загального річного туристичного збору, восени — 40% [1].

Варто зазначити, що ставка збору встановлюється у відповідності до рішення місцевих рад за кожну добу тимчасового розміщення у розмірі до 0,5% для внутрішнього туризму і до 5% для в'їзного. Середнє значення у 2021 році суми становило від 30 грн для внутрішнього туризму та до 300 грн для в'їзного туризму. Чисельність іноземців у 2021 році зросла на 26,3% у порівнянні з 2020 роком та склала 4,271 млн осіб. У цей же період 14,7 млн громадян України здійснювали подорожі до країн світу [1; 2; 3].

Визначено, що у стан галузі туризму характеризується через порівняння туристичних зборів за різні роки. Надходження у 2022 році скоротилися на 24% у порівнянні з показником 2021 року і склали 178млн 948 тис. грн. [2]. Зафіксовано зниження активності діяльності підприємств галузі на 58%, зокрема, податки від кемпінгів, дитячих таборів відпочинку скоротилися з 137 млн грн до 57 млн грн [1; 2]. Скорочення податкових надходжень спостерігалось по 14 областях України. Постраждалими є області, що перебували або перебувають у зоні бойових дій та є тимчасово окупованими. Скорочення надходжень по Херсонській області становило 95%, по Миколаївській — 90%, Донецькій — 83%, Луганській — 80%. Помітний спад у Одеській області (80%), Запорізькій (78%), Харківській (61%) та м. Київ (54%), також Київській (43%), Сумській (58%), Чернігівській (53%), Житомирській (24%), Дніпропетровській (15%) та Рівненській (15%) областях.

Визначено перерозподіл міграційних потоків у 2022 році та помітне зростання туристичних зборів у таких областях: Львівська — 41 млн 430 тис. грн., (+79%), Івано-Франківська — 17 млн 956 тис. грн. (+73,4%), Черкаська — 12 млн 555 тис. грн. (+67,7%), Закарпатська — 19млн 471 тис. грн. (+65,7%) [1]. Завантаженість туристичних об'єктів пов'язана зі спрямованістю міграційних потоків до кордонів з країнами ЄС, які всебічно підтримують Україну.

Проведено дослідження показників розвитку туристичної галузі Херсонської області у відповід-

ності до яких, надходження туристичного збору до місцевих бюджетів у 2019 році становили 560,3 тис. грн, що на 166,42% більше показника 2018 року (210,3 тис. грн). У 2020 році обсяг збору сягав 460 тис. грн. [4; 5; 19]. У 2021 році управлінням туризму та курортів Херсонської обласної державної адміністрації у співпраці з мобільним оператором «Київстар» проведено моніторинг туристичних потоків Херсонської області та визначено, що у 2021 році Херсонщину відвідали приблизно 4,8 млн туристів, у тому числі 4,77 млн внутрішніх туристів та 71 тис. іноземців, що на 26% та на 24% більше ніж у 2020 році. Проаналізовано потоки туристів у розрізі районів: Херсонський район — 27% (1,3 млн осіб), Скадовський район — 24% (1,1 млн осіб), Генічеський район — 21% (1,0 млн осіб), Бериславський район — 17% (0,8 млн осіб), Каховський район — 11% (0,5 млн осіб) [5]. Встановлено, що окрім внутрішніх туристів Херсонську область відвідували туристи з Польщі, Німеччини, США, Великобританії, Естонії, Швеції, Франції, Італії, Туреччини, Нідерландів.

У процесі здійснення досліджень до туристичної галузі Причорномор'я ми відносимо Одеську, Миколаївську та Херсонську області. Після вторгнення російських військ територія Херсонської та частина Миколаївської областей були окуповані. Після деокупації частини Херсонської області та міста Херсон тривають постійні атаки в ході яких знищується житловий фонд, історично-культурні пам'ятки, підприємства готельно-ресторанного бізнесу, транспортна інфраструктура.

Проаналізовано ступінь руйнації культурно-історичної спадщини на основі даних ЮНЕСКО та встановлено, що на початок 2023 р. в Україні зруйновано 236 об'єктів культури: 105 релігійних, 19 пам'ятників, 18 музеїв, 11 бібліотек, 83 історичних будівлі [6]. Слід відмітити, що на даний момент стан на об'єктів культури на окупованих територіях невідомий, але досвід доводить безжальне ставлення ворога до історично-культурної спадщини, приватної власності, пограбування та викрадення історично-культурних цінностей. Кількість злочинів щомісячно збільшується, за даними Української Гельсінської спілки з прав людини у Херсоні та Херсонській області з 24 лютого 2022 року по 24 лютого 2023 року задокументовано 1213 епізодів порушення прав людини серед цивільного населення, які вчинені російськими окупантами (воєнні злочини, злочини проти людяності, геноцид). В ході війни постраждало 1657 осіб, 355 людей загинуло та 497 людей поранено [7].

Доведено, що складність відновлення туристичної галузі Причорномор'я у повоєнний період буде пов'язана зі значними масштабами замінованих територій, порушеннями природних і міських ландшафтів, катастрофічним станом природно-заповідного фонду. Акцентовано увагу на тому, що

рекреаційний сектор узбережжя Чорного і Азовського морів туристичної галузі Херсонської області тривалий час знаходиться в окупації, що супроводжується пограбуваннями, руйнуванням, або навіть знищенням. Тому, у повоєнний період необхідно спрямувати зусилля на відновлення об'єктів туризму у міських і приміських зонах, які можна вважати безпечними тільки після висновків військових спеціалістів.

Досвід розвитку туризму у період повоєнного відновлення таких країн як Боснія і Герцеговина дозволяє розглядати перспективність туризму пам'яті, який зорієнтовано на внутрішніх та іноземних туристів. У науковій публікації Zeid A. Kassouha [8] представлено вдалі практики повоєнного відновлення міського ландшафту, порушеного під час воєнного конфлікту. Нами визначена необхідність дослідження відмінностей «чорного» туризму і туризму пам'яті, які мають спільні туристичні ландшафти, але прагнуть отримати різний туристичний продукт. Встановлено, що з позиції Zeid A. Kassouha туризм пам'яті є формою адаптації туризму до повоєнного контексту та підходом до формування історичної

спадщини та меморіалізації. у цьому контексті ми акцентуємо увагу на цінності здобутків фахівців Українського інституту національної пам'яті, якими запропоновано вбачати в місцях пам'яті матеріальні маркери української ідентичності, які мають функцію консолідації Українського народу довкола трагічних подій та постатей вітчизняної історії [9]. Необхідно зосередити увагу на створення місць пам'яті, що передбачає вшанування захисників України, партизанського руху, підпілля. На деокупованих територіях багато місць, які відносяться до категорії «місць скорботи», які вже сьогодні мають власну історію.

Зміна відпочинково-розважального характеру туристичних послуг на культурно-духовний дозволяє визначити затребувані види підприємництва: виготовлення пам'ятних сувенірів, поліграфія, тематичні заклади харчування. Досвід країн Балканського півострова доводить, що форми туризму, які з'являються у повоєнний період є індикаторами змін. Зокрема, поява «чорного» туризму не можна вважати основним показником повоєнного відновлення. «Чорні» туристи, як правило, орієнтуються на задоволення цікавості, мають фіксо-

Таблиця 1

Порівняння «чорного туризму» і туризму пам'яті

Характеристики	«Чорний» туризм	Туризм пам'яті
Туристи (хто?)	Іноземці (екстремальні туристи, журналісти, студенти); громадяни України (екстремальні туристи, журналісти)	Громадяни України, іноземці (члени українських діаспор, представники благодійних фондів, міжнародних та громадських організацій, науковці, діячі культури і мистецтва)
Характер туристичного продукту	Розважальний	Культурно-духовний
Рушійна сила подорожі (що спонукає здійснити подорож?)	Допитливість, пошук екстремальних відчуттів, давня мрія, професійна необхідність, популяризація власної особистості в певних колах.	Вшанування пам'яті загиблих родичів і співвітчизників, повага до героїзму Українського народу, відвідування родичів, професійна необхідність висвітлення історичних подій, особисті мотиви: генетична пам'ять, повага до національної належності, вдячність.
Фактор впливу на вибір	Популяризація серед прихильників екстремального туризму, свідомий або несвідомий вибір як продукт реклами.	Потреба вшанування та вдячності, пошук місця сили, творчій пошук, професійна необхідність, завжди свідомий вибір.
Очікування (які відчуття я прагну отримати?)	Доведення власної сміливості, досвід спілкування, пізнання елементів нової культури, виконання професійного завдання)	Духовна наповненість, гідність, гордість, єдність, творчі ідеї, інформація для професійної діяльності.
Матеріальні витрати	Передбачаються значні витрати, але пов'язані лише з конкретними послугами, мінімізація додаткових розходів на подорож.	Визначений бюджет, розрахований на сферу обслуговування, додаткові туристичні маршрути, розширення запланованої території туристичного ландшафту.
Залежність від безпеки	Опосередкована	Пряма
Розширення кола відвідувачів	Незначне, знижується з підвищенням рівня безпеки	Має чітку залежність від безпеки, кількість відвідувачів буде постійно збільшуватися
Важливість для розвитку туристичного ландшафту	Є індикатором безпеки. Поширення популярності серед прихильників знижувати попит у інших категорій туристів	Визначальний для розвитку регіону, індикатор змін.

Джерело: власні дослідження

ваний бюджет, який планується в залежності від пропозицій місцевого населення, які не є представниками туристичного бізнесу. Як правило, такі туристи після подорожі формують враження від подорожі на підставі особистих відчуттів та задоволення очікувань.

Туризм пам'яті є складовою української ідентичності, яка виражає ставлення народу до своєї історії, консолідує Український народ довкола історичних подій та постатей вітчизняної історії. На сьогодні ідея Українського інституту національної пам'яті щодо створення трирівневої моделі функціонування місць пам'яті (Український національний пантеон, Національний військовий меморіальний комплекс, сектори військових поховань, окремі могили, пам'ятники та пам'ятні знаки) є важливою розробкою дослідників, яку можна брати за основу для розбудови туризму пам'яті [9; 10; 11; 13].

У пошуках ресурсів відновлення туристичної галузі Херсонської області важливим є досвід Боснії і Герцеговини, який свідчить про ефективність туризму пам'яті у період повоєнного відновлення. Швидкість реагування підприємців і населення можна вважати індикатором змін. У своїх дослідженнях повоєнного відновлення Zeid A. Kassouha наголошує на необхідності розмежування «чорного» туризму і туризму пам'яті. Туризм пам'яті визначається дослідником як «посттравматичний афінний туризм», або «споріднений» туризм [8]. Такий зв'язок між цими різними за характером видами туризму пояснюється спільною територією охоплення, зв'язком із однаковими історичними подіями. Але ці види не можна ототожнювати, оскільки замовниками туристичних послуг є різні категорії туристів, які кардинально різняться своїми мотивами, вподобаннями та очікуваннями. У відповідності до цього, туристичний продукт буде мати різне емоційне забарвлення та вартість. Прихильники «чорного» туризму, як правило, одноразово відвідують місця повоєнних країн, іноді декілька разів, але вони не пов'язані з пам'ятними датами, національними святами або особистими спогадами. Спостерігається чітка прив'язка до повоєнного ландшафту, який додається до визначених пам'яток, тому такий вид туризму вважається «доданим», але потребує спостережень і контролю, необхідних для виключення стихійності і порушень. Отже, основним напрямом відновлення туризму Херсонської області є розвиток туризму пам'яті, який може розглядатися перспективним напрямом економічного розвитку постраждалих територій. Вважаємо, що розвиток цього виду туризму буде поширеним і після відновлення розважально-відпочинкової мережі Причорномор'я.

Висновки та перспективи. Встановлено, що деокуповані території характеризуються порушенням природних ландшафтів та екосистем, забрудненням водних об'єктів, значною площею знищених лісових насаджень, знищенням об'єктів природно-заповідного фонду. Значна територія Херсонської області, у тому числі узбережжя Чорного та Азовського морів, переважна частина заповідного фонду, до сих пір знаходяться в окупації. Повернення території під контроль України буде супроводжуватися моніторингом та визначенням обсягів втрат, масштабами порушень і руйнацій як природної, так і соціально-економічної системи області. Визначено, що економіка регіону характеризується втратами через знищення матеріально-технічної бази майже усіх галузей, у тому числі і туристичної, руйнацію енергетичної дорожньої, комунальної інфраструктури. Акцентовано на поступовому відновленні деокупованих територій, яке відбувається завдяки високому рівню патріотизму громадян, підтримці держави та міжнародних фондів.

Зазначимо, що до початку війни основними галузями економіки Причорномор'я було сільське господарство і туризм. Тому, відновлення у повоєнний період має базуватися на висновках щодо їх перспективності. Встановлено, що сільське господарство є основною галуззю економіки України, що відіграє ключову роль у геополітичному масштабі. З огляду на досвід країн повоєнного відновлення та популяризацію України у світі, визначаємо розбудову туризму умовою відновлення Причорномор'я. Доведено, що перспективними видами туризму у повоєнний період є туризм пам'яті, який важливий для громадян України та привабливий для іноземців. Слід зазначити, що цьому напряму туристичної діяльності передувє період вшанування героїзму Українського війська, славетності нашого народу і його історії. Повоєнний період для галузі є часом зміни відпочинково-розважального характеру туристичних послуг на потребу духовно-емоційного збагачення особистості відвідувача місць пам'яті. Акцентуємо увагу на важливості пропозицій Українського інституту національної пам'яті щодо створення трирівневої моделі функціонування місць пам'яті. Врахування досвіду країн з повоєнним відновленням, зокрема, Боснії і Герцеговини, дозволять розмежувати «чорний» туризм і туризм пам'яті, які охоплюють одну територію і об'єкти, але відвідувачі мають різні очікування, поведінку і вимоги до туристичного продукту. Туризму пам'яті є перспективним напрямом розвитку галузі туризму постраждалих територій Причорномор'я.

Література

1. Україна отримала рекордні 244 млн грн туристичного збору. Державне Агентство Розвитку Туризму. 2022. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/ukrayina-otrimala-rekordi-244-mln-grn-turistichnogo-zboru> (дата звернення: 02.04.2023)
2. Великі втрати. Стало відомо, як постраждав туризм в Україні через війну. РБК-Україна. 2022. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/poteri-dohodov-stalo-izvestno-postradal-turizm-1655198708.html> (дата звернення: 03.04.2023)
3. Статистика буде: дані щодо сплати туристичного збору по областях за 2020 рік. Державне Агентство Розвитку Туризму. 2021. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/statistika-bude-dani-shchodo-splati-turistichnogo-zboru-za-2020-rik> (дата звернення: 31.03.2023)
4. У 2022 році сума туристичного збору в Україні скоротилася на 24%. Державне Агентство Розвитку Туризму. 2021. <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2022-roci-suma-turistichnogo-zboru-v-ukrayini-skorotilasya-na-24> (дата звернення: 04.04.2023)
5. Моніторинг туристичних потоків Херсонської області у 2021 році за даними мобільного оператора «Київстар». Офіційний сайт Херсонської ОДА. 2022. URL: <https://khoda.gov.ua/mon%D1%96toring-turistichnih-potok%D1%96v-hersonsko%D1%97-oblast%D1%96-u-2021-roc%D1%96-za-dannimi-mob%D1%96nogo-operatora-%C2%ABki%D1%97vstar%C2%BB> (дата звернення: 07.04.2023)
6. Під ударом: як українці відновлюють свої культурні пам'ятки. Наш Київ. URL: <https://nashkiev.ua/life/pid-udarem-yak-ukrainsi-vidnovlyuyut-svoi-kulturni-pamyatki> (дата звернення: 06.04.2023)
7. Рік повномасштабної війни у Херсоні та Херсонській області: узагальнення подій. Сайт Української Гельсінської спілки з прав людини. 2023. URL: <https://www.helsinki.org.ua/articles/rik-povnomasshtabnoi-viyny-u-khersoni-ta-khersonskiy-oblasti-uzahalnennia-podiy/> (дата звернення: 04.04.2023)
8. Kassouha Zeid A. Post-conflict tourist landscapes: between the heritage of conflict and the hybridization of tourism activity. Observations from Bosnia and Herzegovina. OpenEdition Journals. 2019. URL: <https://journals.openedition.org/viatourism/3984> (дата звернення: 30.03.2023)
9. Меморіалізація. Український інститут національної пам'яті. URL: <https://uinp.gov.ua/memorializaciya> (дата звернення: 05.04.2023)
10. Сак Т., Білю І., Ткачук Ю. Еколого-економічні наслідки російсько-української війни. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 38. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-6>.
11. Тараненко Г. Розвиток туризму в сучасних умовах: реалії та перспективи. Ефективна економіка. 2022. No 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9902>; doi: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.1.90>.
12. Плотнікова М. Ф., Якобчук В. П., Хомаківський Є. І., Войтенко А. Б., Колеснікова М. С. Державна політика реалізації туристичного потенціалу України. Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 3. С. 102–112.
13. Про роботу Українського культурного фонду під час війни — 10й випуск дайджесту «Хроніки культурного фронту». URL: https://ucf.in.ua/news/16_04_2022 (дата звернення: 03.04.2023 р.)
14. Потравка Л. О. Необхідність структурних трансформацій економіки України в умовах перехідного періоду. Вісник Житомирського національного агроекологічного університету. 2011. № 2(2). С. 42–48.
15. Tanklevska N. S., Potravka L. O. Systematic Approach to the Solution of Transformation Research Problem of National Economy of Ukraine. *Oblik i finansi*. 2015. Vol. 68. P. 145.
16. Потравка Л. О. Модель трансформацій аграрного сектора України. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2016. № . 20. С. 40–44.
17. Dudiak N. V., Potravka L. A., Stroganov A. A. Soil and climatic bonitation of agricultural lands of the steppe zone of Ukraine. *Indian Journal of Ecology*. 2019. Vol. 46 (3). P. 534–540.
18. Dudiak N. V., Pichura V. I., Potravka L. A., Stroganov A. A. Spatial modeling of the effects of deflation destruction of the steppe soils of Ukraine. *Journal of Ecological Engineering*. 2020. Vol. 21 (2). P. 166–177. doi: <https://doi.org/10.12911/22998993/116321>.
19. Pichura V., Potravka L., Dudiak N., Vdovenko N. Space-time modeling of climate change and bioclimatic potential of steppe soils. *Indian Journal of Ecology*. 2021. Vol. 48(3). P. 671–680.
20. Носирев О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1(26). С. 55–68.
21. Моца А., Шевчук С., Серета Т. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка і суспільство. 2022. Вип. 41. 442 с.

References

1. Ukraina otrymala rekordni 244 mln hrn turystychnoho zboru. Derzhavne Ahentstvo Rozvytku Turyzmu. 2022. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/ukrayina-otrimala-rekordi-244-mln-grn-turistichnogo-zboru> (date of access: 02.04.2023)
2. Velyki vtraty. Stalo vidomo, yak postrazhdav turyzm v Ukraini cherez viinu. RBC-Ukraine. 2022. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/poteri-dohodov-stalo-izvestno-postradal-turizm-1655198708.html> (date of access: 03.04.2023)

3. Statystyka bude: dani shchodo splaty turystychnoho zboru po oblastiakh za 2020 rik. Derzhavne Ahentstvo Rozvytku Turyzmu. 2021. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/statistika-bude-dani-shchodo-splati-turistichnogo-zboru-za-2020-rik> (date of access: 31.03.2023)
4. U 2022 rotsi suma turystychnoho zboru v Ukraini skorotylasia na 24%. Derzhavne Ahentstvo Rozvytku Turyzmu. 2021. <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2022-roci-suma-turistichnogo-zboru-v-ukrayini-skorotylasya-na-24> (date of access: 04.04.2023)
5. Monitorynh turystychnykh potokiv Khersonskoi oblasti u 2021 rotsi za danymy mobilnogo operatora «Kyivstar». Ofitsiyniy sait Khersonskoi ODA. 2022. URL: <https://khoda.gov.ua/mon%D1%96toring-turistichnih-potok%D1%96v-hersonsko%D1%97-oblast%D1%96-u-2021-roc%D1%96-za-dannimi-mob%D1%96lnogo-operatora-%C2%ABki%D1%97vstar%C2%BB> (date of access: 07.04.2023)
6. Pid udarom: yak ukraintsi vidnovliuyut svoi kulturni pam'iatky. Nash Kyiv. URL: <https://nashkiev.ua/life/pid-udarom-yak-ukraintsi-vidnovlyuyut-svoi-kulturni-pamyatki> (date of access: 06.04.2023)
7. Rik povnomasshtabnoi viiny u Khersoni ta Khersonskii oblasti: uzahalennia podii. Sait Ukrainskoi Helsinskoj spilky z prav liudyny. 2023. URL: <https://www.helsinki.org.ua/articles/rik-povnomasshtabnoi-viiny-u-khersoni-ta-khersonskiy-oblasti-uzahalennia-podiy/> (date of access: 04.04.2023)
8. Kassouha Zeid A. Post-conflict tourist landscapes: between the heritage of conflict and the hybridization of tourism activity. Observations from Bosnia and Herzegovina. OpenEdition Journals. 2019. URL: <https://journals.openedition.org/viatourism/3984> (date of access: 30.03.2023)
9. Memorializatsiia. Ukrainskiy instytut natsionalnoi pam'iaty. URL: <https://uinp.gov.ua/memorializaciya> (date of access: 05.04.2023)
10. Sak T., Bilo I., Tkachuk Yu. Ekolohe-ekonomichni naslidky rosiisko-ukrainskoi viiny. Ekonomika ta suspilstvo. 2022. Vyp. 38. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-6>.
11. Taranenko H. Rozvytok turizmu v suchasnykh umovakh: realii ta perspektyvy. Efektyvna ekonomika. 2022. No 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9902>; doi: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.1.90>.
12. Plotnikova M. F., Yakobchuk V. P., Khodakivskiy Ye. I., Voitenko A. B., Kolesnikova M. S. Derzhavna polityka realizatsii turystychnoho potentsialu Ukrainy. Investytsii: praktyka ta dosvid. 2022. № 3. S. 102–112.
13. Pro robotu Ukrainskoho kulturnoho fondu pid chas viiny — 10i vypusk daidzhestu «Khroniky kulturnoho frontu». URL: https://ucf.in.ua/news/16_04_2022 (date of access: 03.04.2023 r.)
14. Potravka L. O. Neobkhidnist strukturnykh transformatsii ekonomiky Ukrainy v umovakh perekhidnogo periodu. Visnyk Zhytomyrskoho natsionalnogo ahroekolohichnogo universytetu. 2011. № 2(2). S. 42–48.
15. Tanklevska N. S., Potravka L. O. Systematic Approach to the Solution of Transformation Research Problem of National Economy of Ukraine. Oblik i finansi. 2015. Vol. 68. P. 145.
16. Potravka L. O. Model transformatsii ahrarynogo sektora Ukrainy. Naukovyi visnyk Mizhnarodnogo humanitarnoho universytetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment. 2016. № . 20. S. 40–44.
17. Dudiak N. V., Potravka L. A., Stroganov A. A. Soil and climatic bonitation of agricultural lands of the steppe zone of Ukraine. Indian Journal of Ecology. 2019. Vol. 46 (3). P. 534–540.
18. Dudiak N. V., Pichura V. I., Potravka L. A., Stroganov A. A. Spatial modeling of the effects of deflation destruction of the steppe soils of Ukraine. Journal of Ecological Engineering. 2020. Vol. 21 (2). P. 166–177. doi: <https://doi.org/10.12911/22998993/116321>.
19. Pichura V., Potravka L., Dudiak N., Vdovenko N. Space-time modeling of climate change and bioclimatic potential of steppe soils. Indian Journal of Ecology. 2021. Vol. 48(3). R. 671–680.
20. Nosyriev O., Dedilova T., Tokar I. Rozvytok turizmu ta industrii hostynnosti v stratehii postkonfliktynoho vidnovlennia ekonomiky Ukrainy. Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava. 2022. Vyp. 1(26). S. 55–68.
21. Motsa A., Shevchuk S., Sereda T. Perspektivy pisliavoiennoho vidnovlennia sfery turizmu v Ukraini. Ekonomika i suspilstvo. 2022. Vyp. 41. 442 s.

Смачило Валентина Володимирівна

*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова*

Smachylo Valentyna

*Dr.Sc. Ec, Assistant Professor of the
Department of Entrepreneurship and Business Administration
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

Димченко Олена Володимирівна

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова*

Dymchenko Olena

*Dr.Sc. Ec, Professor,
Head of the Department of Entrepreneurship and Business Administration
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

Рудаченко Ольга Олександрівна

*доктор економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова*

Rudachenko Olha

*Dr.Sc. Ec, Associate Professor, Assistant Professor of the
Department of Entrepreneurship and Business Administration
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

Черних Марія Ігорівна

*магістр кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування
Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова*

Chernykh Mariia

*Master of the Department of Entrepreneurship and Business Administration
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8761

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТАРТАП-ЕКОСИСТЕМ МІСТ УКРАЇНИ

STATUS AND DEVELOPMENT TRENDS OF THE STARTUP ECOSYSTEM OF THE UKRAINIAN CITIES

Анотація. В статті проаналізовано поточний стан стартап екосистеми українських міст. Досліджено зміни, які вплинули на сучасну стартап-екосистему внаслідок війни. Досліджено рейтинг Startup Blink, який включає в себе 100 стартап екосистем країн та 1000 стартап екосистем міст світу. Обґрунтовано тенденції розвитку стартап екосистем міст України, які входять в даний рейтинг.

Проаналізовано та сформовано проблеми підприємництва в Україні. Досліджено основні публікації вітчизняних та зарубіжних науковців щодо розвитку стартап-екосистеми в цілому. Такий підхід дав можливість сформулювати власне бачення екосистеми стартап, під якою розуміється взаємодіюча та взаємозалежна сукупність інституцій, діяльність яких створює середовище для якісного та кількісного зростання стартапів як суб'єктів інноваційного розвитку підприємництва.

В статті також проаналізовано дані Global Startup Ecosystem Index від StartupBlink, який є найбільшим повним рейтингом екосистем стартапів. Саме StartupBlink – це найповніша у світі карта екосистем стартапів і дослідницький центр,

який працює над виявленням імпульсу екосистем стартапів у всьому світі та прискоренням їхнього зростання. Обґрунтована методологія розрахунку індексу стартап екосистем StartupBlink, яка включає в себе три складові: кількісні, якісні показники та оцінку бізнес-середовища. Аналіз даних показав, що кількісна складова, яка відповідає за рівень активності через її стейкхолдерів, кількості наявних стартапів, коворкінгів, акселераторів та зустрічі в Україні в 2021 році досяг 4,39. Якісна складова, що є параметром якості результатів та досягнень екосистеми склала 0,78. Складова «Оцінка бізнес-середовища» зупинилася на позначці 1,86. Такі негативні зміни обумовлені війною. Однак, стартап-екосистема України продемонструвала стійкість та залишилася в світових топ-50, де займає 50 місце, що є позитивним. Також окремо було проведено і аналіз стартап-екосистеми України за містами, де стартап екосистема м. Києва опустилася на 45 позицій, але, при цьому, місто, залишилося в найвищому рейтингу в Україні та єдиним в топ-100 у світі.

Ключові слова: підприємництво, стартап екосистема, стартап екосистема міст.

Summary. The article analyzes the current state of the startup ecosystem of Ukrainian cities. The changes that have affected the modern startup ecosystem as a result of the war are explored. The Startup Blink ranking, which includes 100 startup ecosystems of countries and 1000 startup ecosystems of cities in the world, was studied. The development trends of the start-up ecosystems of the cities of Ukraine that are included in this rating are substantiated.

The problems of entrepreneurship in Ukraine were analyzed and formulated. The main publications of domestic and foreign scientists regarding the development of the startup ecosystem as a whole have been studied. This approach made it possible to form one's own vision of the startup ecosystem, which is understood as an interacting and interdependent set of institutions whose activities create an environment for the qualitative and quantitative growth of startups as subjects of innovative entrepreneurship development.

The article also analyzes data from StartupBlink's Global Startup Ecosystem Index, which is the largest comprehensive ranking of startup ecosystems. StartupBlink is the world's most comprehensive map of startup ecosystems and a research center that works to identify the momentum of startup ecosystems around the world and accelerate their growth. A well-founded methodology for calculating the index of startup ecosystems StartupBlink, which includes three components: quantitative, qualitative indicators and assessment of the business environment. Data analysis showed that the quantitative component responsible for the level of activity through its stakeholders, the number of existing startups, co-working spaces, accelerators and meetings in Ukraine in 2021 reached 4.39. The qualitative component, which is a parameter of the quality of the ecosystem's results and achievements, was 0.78. The component «Assessment of the business environment» stopped at the mark of 1.86. Such negative changes are due to the war. However, Ukraine's startup ecosystem has demonstrated resilience and remained in the world top 50, where it ranks 50th, which is positive. An analysis of the startup ecosystem of Ukraine by cities was also conducted separately, where the startup ecosystem of Kyiv fell by 45 positions, but, at the same time, the city remained in the highest ranking in Ukraine and the only one in the top 100 in the world.

Key words: entrepreneurship, startup ecosystem, startup ecosystem of cities.

Постановка проблеми. Розвиток підприємництва є запорукою економічного зростання демократичної країни з ринковою економікою. Роль органів державної влади та місцевого самоврядування полягає у сприянні та розвитку підприємницької діяльності. Це виявляється через розробку та використання комплексної сукупності різноманітних інструментів, програм, що ведуть до формування сприятливого підприємницького середовища. Безпосередньо у розвитку підприємництва суттєву відіграють стартапи як особлива форма діяльності, яка спрямована на інноваційне вирішення проблем і задоволення потреб. Тому постає питання формування цілісної комплексної екосистеми розвитку підприємництва, де окремо можна виділити екосистему стартапів. Формування такої цілісної екосистеми має створюватися на засадах наскрізної взаємодії суб'єктів всіх рівнів. На основі принципу системності можна зазначити, що національна стартап екосистема буде включати більш дрібні екосистемні утворення — міські стартап екосистеми. Діяльність та взаємодія останніх створюють і забезпечують підґрунтя для її

розвитку. Саме зазначене обумовлює необхідність вивчення питання стану міських стартап екосистем України як передумови підвищення підприємницької активності в Україні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз стартап екосистем на різних рівнях доцільно розпочати з еволюції даного поняття, прийшов в економічний обіг з біології. Вважається, що першим, хто ввів його в економічний обіг став Джеймс Мур [1], який в 1993 р. увів в обіг термін «підприємницька екосистема» та вважав, що екосистема включає як внутрішнє так і зовнішнє середовище.

В міжнародній економічній спільності слід відмітити значну кількість публікацій, в яких розкривалися питання формування та розвитку стартап екосистем, зокрема: [2–6].

Ці напрацювання є ґрунтовним базисом для розуміння теоретичних аспектів, але недостатнім для практичної імплементації в українських реаліях. Колектив авторів також вивчав питання розвитку стартап екосистем на різних рівнях — від міжнародного до національного — та сформував власне її бачення [7–9].

Колектив авторів вважає, що екосистему можна розглядати як певну взаємодіючу сукупність інституцій та організацій, які вступають у відносини взаємозалежності, створюють середовище для успішного функціонування підприємств, а також допомагають виробляти продукцію, технології та послуги, в яких є потреба клієнтів. Спираючись на розуміння стартапу як початкового етапу підприємництва, в основі якого покладено вирішення проблеми інноваційними способами та інструментами, реалізація якого передбачає формування економічної та соціальної цінності в умовах високого ризику та створення масштабованої бізнес-моделі, можна сформулювати дефініцію стартап екосистеми. Під екосистемою стартапів було запропоновано розуміти взаємодіючу та взаємозалежну сукупність інституцій, діяльність яких створює середовище для якісного та кількісного зростання стартапів як суб'єктів інноваційного розвитку підприємництва. Тобто, в основі складових стартап екосистеми покладено середовище, яке сприяє розвитку стартапів, а також їх якісні та кількісні характеристики, що корелює з баченням складових в Global Startup Ecosystem Index від Startup Blink. Базуючись на цьому, авторський колектив в подальших дослідженнях буде спиратися на структурування стартап екосистеми, яка представлена в індексу Global Startup Ecosystem Index від Startup Blink, який відображає стартап екосистему міста (кількісна складова, якісна складова, бізнес-середовище).

Мета статті. Метою статті є вивчення стану стартап-екосистем міст України як складових національної стартап екосистеми та визначення тенденцій їх розвитку.

Виклад основного матеріалу. Інформаційною базою даного дослідження стали дані Global

Startup Ecosystem Index 2022 від Startup Blink [4], який є найбільшим повним рейтингом екосистем стартапів 100 країн та 1000 міст світу з 2013 року. StartupBlink — це найповніша у світі карта екосистем стартапів і дослідницький центр, який працює над виявленням імпульсу екосистем стартапів у всьому світі та прискоренням їхнього зростання. Взагалі, StartupBlink прагне сприяти зростанню стартових екосистем у всьому світі, демонструючи менші екосистеми, які зазвичай не охоплюються пресою та іншими дослідницькими організаціями.

Обрання саме цього рейтингу обумовлене наявністю структурованої стартап екосистеми, яка описується компонентами, що містять відповідні показники та описи. Методологія розрахунку індексу стартап екосистем StartupBlink містить 3 складові: кількісні, якісні показники та оцінку бізнес-середовища (рис. 1).

Згідно з результатами аналізу від StartupBlink Україна на кінець 2021 року — початок 2022 р. посіла 50 місце серед усіх країн світу. Але при цьому за 2021 р. країна впала вниз на 16 позицій. Спираючись на розрахунки індексу стартап-екосистеми, можна відзначити, що кількісна складова, що відповідає за рівень активності через її стейкхолдерів, кількості наявних стартапів, коворкінгів, акселераторів та зустрічі, досягає 4,39 (табл. 1).

Якісна складова, що є параметром якості результатів та досягнень екосистеми (її трафік, рейтинг домену, клієнтська база, наявність філій та науково-дослідницьких центрів, міжнародних технологічних корпорацій, філії транснаціональних компаній, обсяг інвестицій, кількість співробітників, наявність компаній-єдинорогів, компаній виходу та пантеонів) склала 0,78.

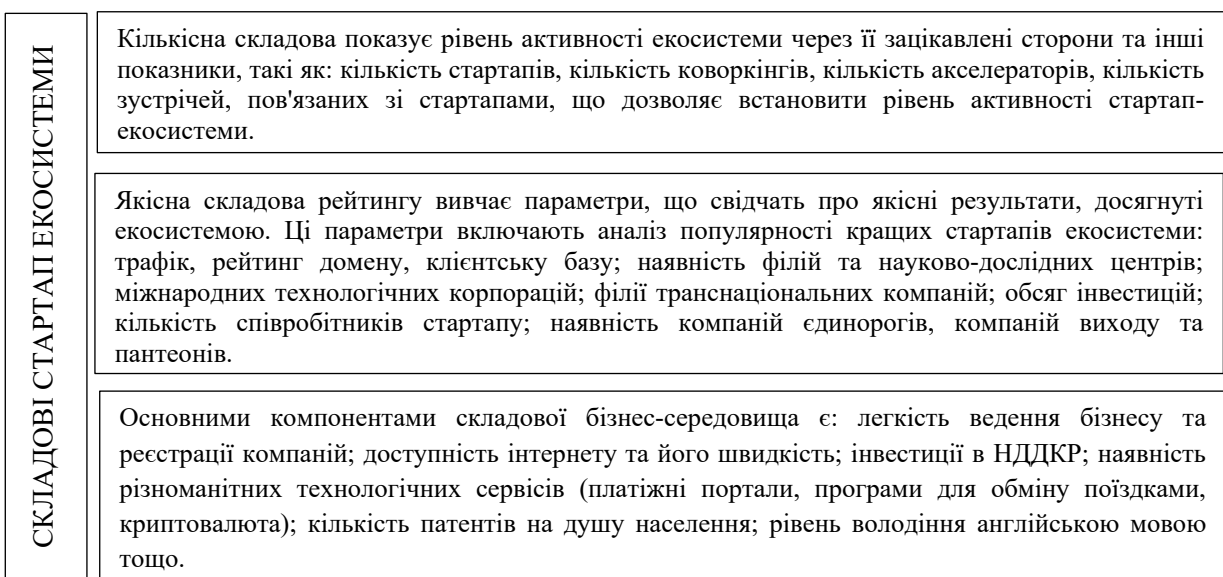


Рис. 1. Складові стартап екосистеми за Startup Blink
Джерело: власна розробка

Таблиця 1

Стартап екосистема України

Ранг	Країна	Зміна рангу (з 2021 р.)	Кількість балів	Кількість якості	Оцінка бізнесу	Загальний показник
50	Україна	-16	4,39	0,78	1,86	4,389

Джерело: побудовано авторами на основі [4]

Складова «Оцінка бізнес-середовища», що поєднує ділові та економічні показники на національному рівні, які фокусуються на загальних показниках, пов'язаних з інфраструктурою, бізнесом та навколишнім середовищем, а також можливістю працювати засновникам в кожній країні, зупинилася на позначці 1,86. Загальний показник по країні в цілому становить 4,389.

Такі зміни обумовлені війною, хоча стартап-екосистема України продемонструвала стійкість та залишилася в світових топ-50, де займає 50 місце. Також Україна посідає 30 місце в Європі після того як також знизилася у рейтингу на 9 позицій.

На українському ринку незадовго до початку війни і в порівнянні з попередніми роками відбувся «бум» бізнес-ініціатив у формі новостворених стартапів. У 2019–2021 роках значно більше вийшло на ринок бізнес-суб'єктів, ніж у 2011–2018 роках. Ця позитивна тенденція розвитку була зруйнована початком війни.

До початку війни, стартапи мали свої штаб-квартири в 14 українських областей та регіонів, з них 48,2% розташовано в Київській області.

Львівська область посідає друге місце за кількістю стартапів на ринку України. Третіми за рахунком є Харківська та Вінницька області. Очевидно, що, окрім Харківської області, стартапи на українському ринку переважно розрізнені в центральній і західній частинах країни, що може бути пов'язано з нестабільністю на кордоні з росією ще до початку війни (слід зазначити, що більшість стартапів було створено у 2019-му році).

Стартапи працюють переважно в містах з населенням понад 100000 осіб, тобто у великих міських центрах у вищезазначених регіонах. Лише 6% українських стартапів розташовані в малих містах, цікаво, що частіше в сільській місцевості, ніж у маленьких містах.

Трохи більше, а саме 40% нових підприємств є товариствами з обмеженою відповідальністю — ця організаційно-правова форма домінує серед українських стартапів.

Досить часто, майже в 15% випадків, компанії ще не мають організаційно-правової форми, що може бути пов'язано з ранньою стадією діяльності та вибором оптимальної форми діяльності. Є аж 7 інших рішень, якими користуються підприємці — з командитних товариств до неурядових організацій.

Падіння національної стартап екосистеми в рейтингу 100 країни знайшло своє відображення і в змінах, що відбулися на рівні стартап екосистем міст, які входять до топ 1000 (табл. 2).

Перш за все слід відмітити, що, порівняно з минулим роком, коли в топ-1000 було шість міст, зараз Україна представлена чотирма містами. З рейтингу топ-1000 вибули міста Тернопіль та Дніпро.

Аналізуючи рейтинг стартап екосистем міст, слід відмітити, що усі українські міста суттєво втратили позиції в глобальному рейтингу міст, але Київ зберігає позицію у світовому топ-100, доводячи свою стійкість. Стартап екосистема м. Києва опустилася на 45 позицій, але залишився містом найвищого рейтингу в Україні та єдиним в топ-100 у світі, будучи на 93 місці. Київ займає найбільше місце в рейтингу 25 найкращих міст у світі для галузей маркетингу та продажів і програмного забезпечення та даних.

Усі інші українські міста значно впали в рейтингу, сягнувши місця нижче 700-го. Одеса, зараз є другим місцем в національному масштабі, її рейтинг загалом впав на 348 позицій до 742-го у всьому світі. Львів, який показав чудові результати у 2021 році втратив свою позицію другого міста країни за рейтингом і знизився на 494 позиції до 749-го. Харків опустився на 342 позиції до 855-го місця.

Таблиця 2

Порівняльний аналіз стартап екосистем міст України за 2022 р.

Національний рейтинг	Місто	Зміни рейтингу	Глобальний рейтинг та його зміни	Загальний рахунок	Кількісна оцінка	Показник якості	Бізнес-оцінка
1	Київ	-	93–45	7,892	1,36	4,78	1,75
2	Одеса	+1	742–348	0,325	0,07	0,03	0,23
3	Львів	-1	749–494	0,320	0,06	0,04	0,23
4	Харків	-	855–342	0,230	0,03	0,03	0,16

Джерело: побудовано авторами на основі [4]

Висновки. Стаття сфокусована на аналізі поточного стану стартап екосистем українських міст та тих змінах, які відбулися внаслідок війни. Досліджується рейтинг Startup Blink, який описує 100 стартап екосистем країн та 1000 стартап екосистем міст світу. На основі методів статистичного аналізу визначаються тенденції розвитку стартап екосистем міст України, які входять в рейтинг.

Література/References

1. Moore J.F. Predators and prey: a new ecology of competition. *Harvard business review*. 1993. Vol. 71. № 3. P. 75–86.
2. Jacobides M., Cennamo C., Gawer A. Towards a Theory of Ecosystems. *Strategic Management Journal*. 2018. Vol. 39, Issue 8. P. 2255–2276.
3. Segers J. The Emerging Entrepreneurial Ecosystem in the Limburg region, Belgium. 2019. URL: <https://www.uin.org/2019/10/31/the-emerging-entrepreneurial-ecosystem-in-the-limburg-region-belgium/>
4. StartupBlink: Global Startup Ecosystem Index. 2022. URL: <https://www.startupblink.com/blog/reports/>
5. Burstrom T., Lahti T., Parida V., Wartiovaara M., Wincent J. A definition, review, and extension of global ecosystems theory: Trends, architecture and orchestration of global VCs and mechanisms behind unicorns. *Journal of Business Research*. 2023. 157. 113605. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113605>
6. Stam E., Van de Ven A. Entrepreneurial ecosystem elements. *Small Business Economics*. 2021. 56(2). P. 809–832. doi: <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00270-6>
7. Kyzym M., Dymchenko O., Smachylo V., Rudachenko O., Dril N. Cluster Analysis Usage as Prerequisite for Implementing Strategies of Countries Startup Ecosystems Development. In: Arsenyeva, O., Romanova, T., Sukhonos, M., Tsegelnyk, Y. (eds) *Smart Technologies in Urban Engineering*. STUE 2022. *Lecture Notes in Networks and Systems*, Springer, Cham. 2023. Vol 536. P. 290–301. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-031-20141-7_27
8. Dymchenko O., Smachylo V., Rudachenko O., Palant O., Kyselhof Ye. Modeling the Influence of Startup Ecosystem Components: Entrepreneurial Aspect. *Scientific Horizons*. 2022. Vol. 25, No. 11. P. 131–140. doi: [https://doi.org/10.48077/scihor.25\(11\).2022.131-140](https://doi.org/10.48077/scihor.25(11).2022.131-140)
9. Dymchenko O., Smachylo V., Rudachenko O., Dril N. The formation of a startup ecosystem as a basis for increasing entrepreneurial activity: the experience of Ukraine. *Annual International Scientific Conference «Competitiveness and Innovation in the Knowledge Economy»*, September 23–24, Conference Proceeding. 2022. P. 41–48.

УДК 336.71:311.17

Франтовський Євгеній Миколайович

*студент кафедри фінансів та бізнес-консалтингу
Київського національного університету технологій та дизайну*

Frantovskyi Yevhenii

*Student of the Department of Finance and Business Consulting
National University of Technologies and Design*

Батрак Ольга Володимирівна

*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри фінансів та бізнес-консалтингу
Київський національний університет технологій та дизайну*

Batrak Olha

*PhD in Economics, Senior Teacher of the
Department of Finance and Business Consulting
National University of Technologies and Design*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8775

СТРЕС-ТЕСТУВАННЯ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ ТА ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

STRESS TESTING OF FINANCIAL INSTITUTIONS AND ITS IMPROVEMENT

Анотація. В умовах турбулентності глобального середовища, динамічних перетворень ринку фінансових послуг регулятори та менеджмент фінансових установ знаходяться в постійному пошуку інструментів раннього виявлення кризових явищ на всіх рівнях фінансової системи. У зв'язку з цим дедалі більше уваги приділяється стрес-тестуванню, що дозволяє отримати оцінку ступеня стресостійкості окремих фінансових установ та фінансової системи в цілому, здатних знизити їх стійкість та призвести до кризових явищ.

Отримані за результатами стрес-тестування дані є основою для розроблення та прийняття обґрунтованих регуляторних рішень на мікро- та макрорівнях фінансової системи регуляторами та менеджментом фінансових установ.

У статті висвітлено актуальні теоретико-методичні питання стрес-тестування, спрямовані на виявлення та аналіз головних цілей та завдань, що досягаються за результатами його проведення на мікро- та макрорівнях фінансової системи, а також визначення основних умов та заходів, що забезпечать підвищення його ефективності.

Визначено, що менеджмент фінансових установ проводить стрес-тестування, щоб оцінити власну здатність витримувати негативні зміни в ендегенному та екзогенному середовищах та забезпечити стійкість та життєздатність бізнес-моделі в різних стресових сценаріях.

З'ясовано, що наглядове стрес-тестування поділяється на макро- та мікропруденційне. У разі макропруденційного регулювання стрес-тестування має на меті запобігти зростанню системних ризиків фінансової системи та забезпечити її стійкість на системному рівні, а не уникнути банкрутств окремих фінансових установ. Якщо стрес-тестування реалізується як елемент мікропруденційного регулювання, то отримані результати мають запобігати зростанню індивідуальних ризиків фінансових установ. Під час криз цілі мікропруденційного та макропруденційного регулювання досягаються спільно, оскільки стрес-тести використовуються для визначення потреби фінансових установ у капіталі та супроводжуються регуляторними діями для відновлення довіри ринку.

У статті визначені обмеження, що можуть знизити якість отриманих аналітичних даних та ефективність застосування результатів стрес-тестування. На цій основі охарактеризовано основні заходи, що дозволять удосконалити цю аналітичну технологію.

Ключові слова: фінансова система, стійкість фінансової системи, оцінювання, стрес-тестування.

Summary. In the turbulent global environment, dynamic transformations of the financial services market, regulators and management of financial institutions are constantly searching for tools for early detection of crisis phenomena at all levels of

the financial system. In this regard, more and more attention are paid to stress testing, which allows to obtain an assessment of the degree of stress resistance of individual financial institutions and the financial system as a whole, their stability to crisis phenomena.

The data obtained because of stress testing are the basis for the development and adoption of justified regulatory decisions at the micro and macro levels of the financial system by regulators and the management of financial institutions.

The article highlights the actual theoretical and methodological issues of stress testing, aimed at identifying and analyzing the main goals and objectives achieved because of its implementation at the micro- and macro-levels of the financial system, as well as determining the main conditions and measures that will increase its effectiveness.

It was determined that the management of financial institutions conducts stress testing to assess their own ability to withstand negative changes in endogenous and exogenous environments and to ensure the stability and viability of the business model in various stress scenarios.

It was found that supervisory stress testing is divided into macro- and micro-prudential. In the case of macroprudential regulation, the purpose of stress testing is to prevent the growth of systemic risks of the financial system and to ensure its stability at the systemic level, rather than to avoid bankruptcies of individual financial institutions. If stress testing is implemented as an element of microprudential regulation, then the obtained results should prevent the growth of individual risks of financial institutions. During crises, the objectives of microprudential and macroprudential regulation are achieved together, as stress tests are used to determine the capital needs of financial institutions and are accompanied by regulatory actions to restore market confidence.

The article identifies limitations that can reduce the quality of the obtained analytical data and the effectiveness of the application of stress testing results. On this basis, the main measures that will allow to improve this analytical technology are characterized.

Key words: financial system, stability of the financial system, assessment, stress testing.

Постановка проблеми. Стрес-тестування як інструмент оцінювання стійкості фінансових установ як на макро-, так і на мікрорівні може допомогти уникнути кризових ситуацій в ній та поширення їх негативного впливу на інші сектори економіки. Це забезпечується на основі виявлення потенційних вразливостей й ризиків та розроблення заходів для їх запобігання або зменшення впливу суб'єктами банківського менеджменту та органами фінансового регулювання та нагляду.

Актуальність розвитку методології та інструментарію стрес-тестування фінансових установ в Україні висока з багатьох причин. По-перше, фінансові установи в Україні мають значний вплив на економіку країни, тому наростання кризового потенціалу та втрата ними стійкості можуть мати серйозні наслідки для економічної системи. По-друге, протягом усього періоду незалежності Україна є країною зі складною економічною ситуацією та з високим рівнем політичних ризиків та корупції, що збільшує ризики для фінансових установ.

Наразі необхідність в ефективному інструментарії оцінювання стійкості фінансових установ в Україні зростає, оскільки на їх діяльність впливає значна кількість різноманітних загроз у політичній, економічній та соціальній сферах, які стали наслідком повномасштабної військової агресії росії. Отже, можна стверджувати, що стрес-тестування є важливим інструментом для забезпечення стійкості фінансової системи України та запобігання можливих криз у ній.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У закордонному науковому середовищі отримані значні наукові результати у сфері оцінювання фінансової стабільності з використанням стрес-тестування.

Бланшке В. та інші (2001) у [4] підкреслюють важливість стрес-тестування як частини ширшої інформаційної бази для оцінки стійкості та формування політики регулювання фінансової системи. Основна теза статті полягає в тому, що стрес-тестування є важливим інструментом для виявлення та пом'якшення вразливостей фінансової системи. Автори надають огляд методологій стрес-тестування та висвітлюють виклики та обмеження цього інструменту оцінювання стійкості.

Фендер І. та Гібсон М. С. (2001) [9] визначили, що значення стрес-тестування полягає в тому, що воно дозволяє фінансовим інститутам визначити рівень капіталізації, необхідний для забезпечення стійкості у різних умовах. На їх думку, недоліком стрес-тестування є те, що його результати обмежуються наявною інформацією про фінансові установи.

Купек П. (2002) [12] визначив, що стрес-тестування фінансових установ має інтегруватись у систему їх ризик-менеджменту та використовуватись разом з іншими його інструментами для оцінки необхідного рівня капіталу та визначення меж ризикових позицій. Він наголошує на тому, що для стрес-тестування необхідно вибрати адекватні стрес-сценарії, які враховують особливості ринку, на якому функціонує фінансова установа.

Чіхак М. (2004) у [6] обґрунтував, що стрес-тестування — це інструмент управління ризиками, який дозволяє фінансовим установам виявляти та вимірювати потенційний вплив несприятливих подій на їх позиції, та на цій основі може допомогти виявити недоліки в системах управління ризиками та вжити заходів для зниження рівня потенційних ризиків. Ним виділено два основних види стрес-

тестування: макро- (фокусується на впливі макроекономічних потрясінь на фінансову систему) та мікрострес-тестування (фокусується на впливі конкретних ризиків на окремі фінансові установи). Дослідник зазначив, що стрес-тестування — це складний процес, який вимагає ряду аналітичних методів, включаючи аналіз сценаріїв, аналіз чутливості та статистичне моделювання.

Сорж М. (2004) [16] визначив, що стрес-тестування має на меті оцінити стійкість фінансової системи до різноманітних стресових сценаріїв і є інструментом, що доповнює VAR-оцінку. Він зазначає, що існують різні методології стрес-тестування, включаючи сценарний та мережевий аналіз, аналіз чутливості та агентське моделювання. Він наголошує, що стрес-тестування має враховувати специфічні характеристики фінансової системи, такі як її розмір, складність, взаємозв'язки. Науковець обґрунтовує, що ефективність стрес-тестування залежить від якості та доступності даних, надійності моделей та сценаріїв стресу.

Оура Х. та Шумахер Л. Б. (2012) у [13] розробили комплексне керівництво зі стрес-тестування на макрорівні як складової ширшої бази для макропруденційного нагляду та регулювання. Автори стверджують, що стрес-тестування на макрорівні є важливим інструментом оцінки системних ризиків та вразливостей у фінансовій системі. Вони дають огляд основних принципів й практик стрес-тестування, включаючи розробку сценаріїв, методи моделювання та узагальнення результатів стрес-тестів. Науковцями також висвітлюються проблеми та обмеження стрес-тестування, такі як обмеження даних та ризик моделей, та пропонуються шляхи розв'язання цих проблем.

У роботі Баласубраманіам Н. та Девіс Е. П. (2012) [3] визначено важливість стрес-тестування в фінансових установах як інструменту для оцінки їх стійкості до ризиків та підвищення рівня регуляторної відповідності. Автори досліджують основні аспекти стрес-тестування, зокрема, його визначення, цілі, методи та обмеження. Автори відзначають, що стрес-тестування є процесом, що базується на сценаріях, та має обов'язково враховувати макроекономічні фактори.

Боуен Р. М. та Холлінгворт Б. (2013) [5] розглядають принципи та практичні аспекти стрес-тестування для забезпечення стійкості фінансових установ у процесі прийняття рішень щодо управління ризиками та капіталом, а також під час кризових ситуацій.

Сільва-Бустон К. та Прадо-Лоренцо Дж. М. (2016) [15] надають огляд методологій стрес-тестування фінансових систем за ієрархічними рівнями: макрорівні, рівні сектора, рівні фінансових установ, рівні портфеля та рівні окремих видів ризику. Науковці також наголошують на важливості розробки реалістичних та релевантних

сценаріїв стрес-тестування, які характеризують різні можливі варіанти економічного середовища.

Основна мета роботи Капінос П. С., Мартін К. та Митник О. А. (2018) [11] полягає в дослідженні еволюції стрес-тестування банків та обговоренні можливих майбутніх напрямів його розвитку та вдосконалення. Вони вивчають різні підходи до стрес-тестування, включаючи як мікро-, так і макропруденційні методи, та порівнюють їх з точки зору сильних й слабких сторін. У роботі також обговорюються проблеми, з якими стикаються регулятори при розробці та впровадженні стрес-тестування, включаючи доступність даних, моделювання невизначеностей, а також необхідність прозорості та комунікації. Автори роблять висновок, що підвищити ефективність стрес-тестування можливо на основі ширшого застосування сценарного аналізу, підвищення якості даних та поліпшення координації між регуляторами.

Каммінг К. М. (2022) [7] здійснив аналіз сильних та слабких сторін макропруденційного стрес-тестування фінансових установ, в тому числі визначив залежність його результатів від якості тестування, інформаційних даних та сценаріїв. Автор також наголошує на важливості забезпечення ретельного аналізу результатів стрес-тестування для прийняття правильних рішень з управління ризиками.

Отже, закордонні науковці зосереджують увагу на методології стрес-тестування на мікро- та макрорівнях фінансової системи з точки зору забезпечення її стійкості та основних аспектах, необхідних для ефективного проведення стрес-тестів та їх використання.

Стрес-тестування як інструмент оцінювання стійкості фінансової системи також досліджується й вітчизняними науковцями.

Дисертація Максимової А. (2012) присвячена дослідженню методів макроекономічного стрес-тестування банків та їх застосуванню в системі макропруденційного нагляду за банківською системою [23].

Манжос С. (2014) визначив, що стрес-тестування забезпечує виявлення можливих загроз стійкості банків на основі виявлення слабких місць та ризиків діяльності. Автор наголошує, що важливим етапом стрес-тестування є визначення сценаріїв та оцінка їх вірогідності, що дозволяє забезпечити реалістичне відтворення можливих ризиків [24].

Кишакевич Б. та О. Юзьв'як (2015) [22] розглядають макропруденційний та мікропруденційний підходи як базові до стрес-тестування фінансових систем. Автори детально аналізують методологію проведення стрес-тестів на основі сценаріїв, моделювання ризиків та аналізу фінансових звітів.

Посохов І. та Ходирева О. (2018) [27] визначили, що стрес-тестування банківської системи

України потребує удосконалення методології, зокрема урахування реалістичних факторів, що впливають на стійкість банків. Вони наголошують на тому, що результативність стрес-тестування залежить від якості даних, що використовуються для його проведення, тому важливо забезпечити їх релевантність та готовність до використання.

Бездітко Ю. та інші (2021) у своїх роботах [20, 21] розглядають сутність та мету, методи та інструменти стрес-тестування, які можуть бути використані в банківській системі України.

Посаднева О. М. (2021) [26] досліджує змістовні макроекономічного стрес-тестування банківської системи України з акцентом на регуляторний підхід, що реалізується Національним банком України (НБУ).

Цимбал Л. та Внукова Н. (2022) [31] розглядають основні методи проведення стрес-тестування в банківській сфері, їх переваги та недоліки. Автори описують, які ризики можуть бути виявлені за допомогою стрес-тестів та як вони допомагають управляти ризиками банків.

Узагальнюючи напрацювання вітчизняних науковців, можна зробити висновок, що вони вивчають методологію та інструментарій стрес-тестування з урахуванням специфіки вітчизняної фінансової системи, визначають, як кращі світові практики можуть бути перенесені в практику діяльності українських фінансових установ та регулятора.

Значний вклад в розробку методології та розвитку інструментарію стрес-тестування фінансових установ на мікро- та макрорівні фінансової системи зроблено міжнародними фінансовими організаціями.

МВФ рекомендує, щоб стрес-тестування було важливим елементом системи фінансового регулювання та нагляду, який допомагає забезпечити стабільність світової фінансової системи в цілому. Ключовими документами МВФ щодо стрес-тестування є періодичні звіти про стабільність глобальної фінансової системи (Global Financial Stability Report), що містить оцінку її стану та рекомендації щодо політики регулювання та нагляду; Програми оцінки фінансового сектору (Financial Sector Assessment Program), що зокрема включає кількісні інструменти оцінки фінансової стабільності з зосередженням на методологіях оцінки ризиків на загальносистемному рівні [1]; рекомендації щодо проведення стрес-тестування фінансових установ, включаючи методики, які використовуються для розробки сценаріїв та оцінки результатів тестування як в цілому, так і в розрізі окремих видів ризиків [2].

Важливу роль у розробці стандартів та рекомендацій щодо стрес-тестування фінансових установ відіграє Банк міжнародних розрахунків (БІС). До його рекомендацій щодо стрес-тестування належать:

- 1) консультативний документ «Принципи організації стрес-тестування банківської системи» (2017), що визначає оптимальні принципи, основні елементи стрес-тестування та встановлює вимоги до процесу стрес-тестування фінансових установ [18];
- 2) «Принципи надійної практики стрес-тестування та нагляду», які визначають: принципи розробки та впровадження програм стрес-тестування в банках; характеристики обов'язків наглядових органів у перевірці практик стрес-тестування; обов'язкові елементи ефективної програми стрес-тестування [14];
- 3) звіт «Наглядове та банківське стрес-тестування: спектр практик» надає порівняльну характеристику методів стрес-тестування наглядових органів й банків, висвітлює потенційні сфери їх розвитку [19].

Європейський центральний банк (ЄЦБ) розробляє власні рекомендації щодо стрес-тестування фінансових установ. Документ «STAMPE: Аналітика стрес-тесту для макропруденційних цілей у Єврозоні», опублікований у лютому 2017 року [17], описує методологію стрес-тестування, включаючи визначення факторів ризику, що використовуються для стрес-тесту, та процеси, що використовуються для визначення рівня стресостійкості банківської системи в Єврозоні. Посібник з процесу оцінки достатності внутрішнього капіталу (ICAAP), опублікований у жовтні 2018 року, містить керівництво для банків в частині внутрішнього оцінювання достатності капіталу [8]. Рекомендації щодо загальних процедур та методологій для процесу наглядової перевірки та оцінки (SREP) і наглядового стрес-тестування відповідно до Директиви 2013/36/ЄС забезпечують загальну основу для роботи органів нагляду в Єврозоні щодо оцінки ризиків для бізнес-моделей банків, їх платоспроможності та ліквідності, а також проведення наглядових стрес-тестів ICAAP [10].

Регулятори фінансового сектору в кожній країні розробляють власні підходи та технології стрес-тестування, які враховують як кращі світові практики, так і національну специфіку.

НБУ також розробляє рекомендації та встановлює вимоги щодо стрес-тестування фінансових установ в Україні. У 2018 році регулятор запровадив оцінювання стійкості банків України як основних учасників фінансового ринку в рамках SREP, ключовим елементом якого стало стрес-тестування для визначеного регулятором периметра.

Стрес-тестування на макрорівні реалізується в рамках Положення про здійснення оцінки стійкості банків і банківської системи України, затвердженого Постановою Правління НБУ від 22.12.2017 № 141 [29], де стрес-тестування є третім етапом аналізу стійкості [29].

Відповідність стрес-тестування поточним умовам діяльності банків та актуалізація методології забезпечується шляхом розробки НБУ Технічного завдання. У 2022 році відповідно до Рішення Правління НБУ від 21.01.2022 № 27-рш «Про затвердження Технічного завдання для здійснення оцінки стійкості банків і банківської системи України у 2022 році» [30] було заплановано проведення стрес-тестування.

При цьому слід наголосити на тому, що умови функціонування банків можуть призводити до перегляду політики НБУ у сфері забезпечення стійкості фінансової системи. Згідно з Постановою Правління НБУ від 25.02.2022 № 23 «Про деякі питання діяльності банків України та банківських груп» [28] прийнято рішення «не здійснювати у 2022 році щорічної оцінки стійкості банків, обов'язковим елементом якого є стрес-тестування [29].

Також НБУ вимагає проводити стрес-тестування відповідно до вимог та рекомендацій, встановлених ним, зокрема у Методичних рекомендаціях щодо порядку проведення стрес-тестування в банках України [25]. Зокрема, наголошується на необхідності врахування макроекономічних та фінансових факторів, а також взаємодії різних частин фінансової системи та їх впливу на фінансову установу. Також НБУ надає додаткові вказівки щодо оцінки ризиків, врахування стрес-тестів у стратегії фінансової установи, визначення параметрів та сценаріїв стрес-тестування тощо.

Попри значні наукові результати, отримані вітчизняними та закордонними науковцями, а також напрацювання суб'єктів фінансового регулювання та нагляду, слід наголосити на тому, що зростання ризиків втрати стійкості фінансової системи України актуалізує потребу в поглибленні теоретичних засад та вдосконаленні інформаційного забезпечення, методів та процедур стрес-тестування. Стрес-тестування є динамічним процесом, який повинен постійно вдосконалюватись та адаптуватись до змін у ринкових умовах та ризиках, дозволяючи обирати реалістичні сценарії, користуватись якісними даними та прогнозувати потенційні ризики та сценарії розвитку подій.

Метою статті є виявлення та аналіз головних цілей та завдань, що досягаються за результатами стрес-тестування на мікро- та макrorівнях фінансової системи, визначення основних умов та заходів, що забезпечать підвищення його ефективності.

Виклад основного матеріалу. Стрес-тестування — це аналітична техніка, що передбачає оцінку та аналіз стійкості фінансових установ в екстремальних умовах, таких як економічні кризи, фінансові шоки або інші стресори. За результатами її застосування можливо виявити потенційні ризики та проблеми, що можуть виникнути у разі реальних, але малоімовірних кризових ситуацій, та розробити стратегії для їх усунення на рівні

менеджменту фінансових установ та регуляторному рівні.

Ефективність цієї аналітичної техніки насамперед зумовлена тим, що завдяки її застосуванню є можливим досягнення різноманітних цілей та завдань як на рівні фінансових установ, так і на рівні регуляторів фінансової системи (рис. 1).

Фінансові установи проводять стрес-тестування, щоб оцінити власну здатність витримувати негативні зміни в ендегенному та екзогенному середовищах та забезпечити стійкість та життєздатність бізнес-моделі в різних стресових сценаріях. У цьому випадку стрес-тестування забезпечує:

- кількісний та якісний аналіз впливу різноманітних стресорів на стійкість шляхом аналізу різних сценаріїв, таких як економічні кризи, падіння ринку нерухомості, зміна валютних курсів, інші негативні події;
- оцінювання ризиків та ефективності стратегії управління ними. Ключовим аналітичним результатом стрес-тестування є те, що воно дозволяє виявити можливі слабкі місця в системі ризик-менеджменту фінансової установи, які потребують покращення;
- встановлення потреби в капіталі, необхідному для забезпечення стійкості фінансової установи в умовах стресу;
- забезпечення контролю та дотримання регуляторних вимог.

Метою стрес-тестування фінансової системи наглядовими органами є оцінка її стійкості до впливу стресорів та виявлення потенційних вразливостей, що можуть стати джерелом фінансової нестабільності та призвести до зростання системних ризиків та кризового потенціалу.

У разі макропруденційного регулювання стрес-тестування має на меті запобігти зростанню системних ризиків фінансової системи та забезпечити її стійкість на системному рівні, а не уникнути банкрутств окремих фінансових установ. Якщо стрес-тестування реалізується як елемент мікропруденційного регулювання, то отримані результати мають запобігати зростанню індивідуальних ризиків фінансових установ для зниження ризику втрати ними стійкості. Під час криз цілі мікропруденційного та макропруденційного регулювання досягаються спільно, оскільки стрес-тести використовуються для визначення потреби фінансових установ у капіталі та супроводжуються регуляторними діями для відновлення довіри ринку.

Слід наголосити на тому, що стрес-тестування як наглядовий інструмент як правило реалізується в межах визначеного периметра, який має на меті урахування всіх значних ризиків фінансової системи в умовах обмежених ресурсів регуляторних та наглядових органів. Периметр стрес-тестування включає перелік тих фінансових установ, стрес-тести за якими проводить наглядовий орган,

а також перелік тих фінансових установ, стрес-тести яких здійснюються ними самостійно відповідно до наглядових вимог. У периметрі наглядового стрес-тестування фінансові установи також можуть здійснювати стрес-тестування за наглядовими сценаріями з використанням власних методик та моделей та надавати регуляторам звітність за його результатами. Стрес-тестування в цій системі забезпечує:

- визначення можливих ризиків та вразливостей фінансової системи. Воно дозволяє оцінити ризики, що виникають внаслідок взаємодії різних

частин фінансової системи, включаючи кредитні, ринкові, ризики ліквідності та інші;

- оцінювання ефективності системи регулювання та нагляду та виявлення можливих слабких місць, які потребують покращення;
- встановлення потреби в регуляторних заходах на мікро- та макрорівні фінансової системи та ризик-менеджменті, необхідних для забезпечення стійкості фінансової системи в умовах стресу;
- забезпечення внутрішнього контролю та дотримання мікропруденційних регуляторних вимог фінансовими установами. Зокрема, стрес-тестування



Рис. 1. Роль стрес-тестування у визначенні та мінімізації негативних подій у фінансовій системі
Джерело: складено автором на основі [2–6; 22–24; 27]

повинно оцінювати, наскільки фінансові установи дотримуються регуляторних вимог та як вони реагують на можливі стресові ситуації. Вони повинні також оцінювати свої системи внутрішнього контролю та ризик-менеджменту, щоб забезпечити ефективне функціонування в умовах стресу.

Узагальнивши зазначене вище, можемо зробити висновок, що складність стрес-тестування як аналітичної техніки зумовлена як складністю фінансових установ та фінансової системи як об'єктів оцінювання, що функціонують в умовах волатильного та невизначеного середовища, так і різноманіттям цілей та завдань, що мають бути досягнуті за його результатами. Відповідно до цього виокремлюється види та форми цієї аналітичної техніки, узагальнено представлені на рисунку 2.

Попри значний потенціал цієї аналітичної техніки, стрес-тестування має ряд обмежень, зокрема:

- неможливість визначити ймовірність виникнення ризику певних подій та сценаріїв;
 - спрямованість на оцінювання впливу на фінансові установи конкретного стресового сценарію на основі низки заданих припущень, а не на прогнозування майбутніх показників їх діяльності в умовах стресу;
 - суб'єктивність при прийнятті рішення для вибору стресорів, сценаріїв та ризиків, охоплених стрес-тестом;
 - залежність результатів стрес-тестування від якості даних та підходів до моделювання, що використовуються;
 - відсутність чіткої методології визначення необхідного розміру буферів капіталу та ліквідності за результатами стрес-тестів.
- Удосконалення стрес-тестування необхідне для забезпечення досягнення запланованих результатів



Рис. 2. Сучасні класифікаційні критерії стрес-тестування фінансових установ
 Джерело: складено автором на основі [2–6; 16; 22]

з мінімальними витратами всіх видів ресурсів суб'єктів, що його здійснюють, та які використовують отримані аналітичні дані. Фінансові установи та регулятори мають використовувати найкращі практики стрес-тестування, щоб забезпечити максимальну ефективність та точність отриманих результатів. Це може включати:

- уточнення методології, зокрема врахування нових видів ризиків та факторів, які можуть вплинути на стійкість фінансових інститутів, виявлення вразливостей, кореляцій між різними типами ризику та потенційних майбутніх ризиків;
- використання стандартизованих методів тестування, використання кращих практик збору даних та аналізу результатів тестування;
- удосконалення сценарного аналізу, в тому числі розширення складу стрес-сценаріїв;
- використання нових технологій для автоматизації процесу стрес-тестування;
- посилення контролю за результатами тестування та внесення змін до стратегії управління ризиками в разі виявлення потенційних проблем;
- удосконалення аналізу результатів стрес-тестування з використанням різноманітних показників та метрик, що мають узгоджуватись із цілями проведення на рівня окремих фінансових установ або цілями фінансового регулювання та нагляду;
- залучення широкого кола учасників до стрес-тестування, включаючи регуляторів, акціонерів та клієнтів фінансових інституцій.

Висновки. Отже, стрес-тестування на рівні фінансових установ має на меті оцінювати їх стійкість до впливу стресорів, визначити рівень ризиків, оцінювати ефективність ризик-менеджменту, встановлювати потребу в капіталі та забезпечувати внутрішній контроль та дотримання регуляторних вимог. Ці завдання допомагають їм зрозуміти, наскільки ефективно вони можуть протистояти впливу стресорів та як підвищити рівень стійкості в умовах наростання кризового потенціалу. Результати стрес-тестування у комплексі з іншими аналітичними даними використовуються як основа для прийняття управлінських рішень та забезпечення ефективного менеджменту.

Метою стрес-тестування регуляторами та органами фінансового нагляду є оцінка стійкості фінансової системи до впливу стресорів та виявлення потенційних вразливостей у фінансовій системі, що можуть стати джерелом фінансової нестабільності та призвести до зростання системних ризиків та виникнення кризових явищ у ній.

Враховуючи результати проведеного дослідження, вважаємо, що стрес-тестування відіграватиме наростальну роль в оцінці ступеня стресостійкості окремих фінансових установ та фінансової системи в цілому, при цьому інструментарій та теоретичне обґрунтування побудови методичного апарату потребує постійного розвитку та вдосконалення.

Література

1. Adrian M. Financial sector assessment program review — background paper on quantitative analysis. International Monetary Fund. 2021. 68 p. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/Policy-460523> (дата звернення: 15.03.2023).
2. Adrian M., Morsink M., Schumacher M. B. Stress testing at the IMF. International Monetary Fund. 2020. 72 p. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/Departmental-Papers-Policy-Papers/Issues/2020/01/31/Stress-Testing-at-the-IMF-48825> (дата звернення: 15.03.2023).
3. Balasubramaniam N., Davis E. P. Stress testing in financial institutions: an introduction. *Journal of Financial Regulation and Compliance*. 2012. № 20(2). P. 115–131.
4. Blaschke W., Jones M. T., Majnoni G., Martinez Peria M. S. (2001). Stress testing of financial systems: an overview of issues, methodologies, and FSAP experiences. *IMF Working Papers*. 2001/088. 57 p. URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2001/wp0188.pdf> (дата звернення: 15.03.2023).
5. Bowen R. M., Hollingworth B. Stress testing for financial institutions. *Journal of Risk Management in Financial Institutions*. 2013. № 6(1). P. 69–83.
6. Cihak M. Stress testing: A review of key concepts. *Research and Policy Notes*. 2004. № 2. URL: <https://ideas.repec.org/p/cnb/rpnrpn/2004-02.html> (дата звернення: 15.03.2023).
7. Cumming C. M. Strengths and Weaknesses of Microprudential Stress Testing for Financial Institutions. *Handbook of Financial Stress Testing*, 2022. 331 p.
8. ECB Guide to the internal capital adequacy assessment process (ICAAP). European Central Bank. 2018. URL: https://www.bankingsupervision.europa.eu/ecb/pub/pdf/ssm.icaap_guide_201811.en.pdf (дата звернення: 15.03.2023).
9. Fender I., Gibson M. S. Stress testing in practice: a survey of 43 major financial institutions. *BIS Quarterly Review* June. 2001. 5 p. URL: <https://www.bis.org/publ/rqt0106g.pdf> (дата звернення: 15.03.2023).
10. Guidelines on common procedures and methodologies for the supervisory review and evaluation process (SREP) and supervisory stress testing under Directive 2013/36/EU. European Central Bank. 2022. URL: <https://www.eba.europa.eu>

eu/sites/default/documents/files/document_library/Publications/Guidelines/2022/EBA-GL-2022-03%20Revised%20SREP%20Guidelines/1028500/Final%20Report%20on%20Guidelines%20on%20common%20procedures%20and%20methodologies%20for%20SREP%20and%20supervisory%20stress%20testing.pdf (дата звернення: 15.03.2023).

11. Kapinos P.S., Martin C., Mitnik O.A. Stress testing banks: whence and whither?. *Journal of Financial Perspectives*. 2018. № 5(1). 30 p. URL: <https://www.fdic.gov/analysis/cfr/working-papers/2015/2015-07.pdf> (дата звернення: 15.03.2023).

12. Kupiec P. Stress-testing in a Value at Risk Framework. *Risk management: value at risk and beyond*. 2002. № 10. P. 76–99.

13. Oura H., Schumacher L.B. Macrofinancial stress testing-principles and practices. *International Monetary Fund Policy Paper*. 2012. 56 p.

14. Principles for sound stress testing practices and supervision. *Bank for International Settlements*. 2009. URL: <https://www.bis.org/publ/bcbs155.pdf> (дата звернення: 15.03.2023).

15. Silva-Buston C., Prado-Lorenzo J.M. Stress testing financial systems: An overview of current methodologies. *Journal of Financial Economic Policy*. 2016. № 8(4). P. 427–444.

16. Sorge M. Stress-testing financial systems: an overview of current methodologies. *BIS Working Paper*. 2004. № 165. 41 p. doi: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.759585> (дата звернення: 15.03.2023).

17. STAMPE: Stress-Test Analytics for Macroprudential Purposes in the Euro area. *European Central Bank*. 2017. URL: <http://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/stampe201702.en.pdf> (дата звернення: 15.03.2023).

18. Stress testing principles. *Bank for International Settlements*. 2017. URL: <https://www.bis.org/bcbs/publ/d428.pdf> (дата звернення: 15.03.2023).

19. Supervisory and bank stress testing: range of practices. *Bank for International Settlements*. 2017. URL: <https://www.bis.org/bcbs/publ/d427.pdf> (дата звернення: 15.03.2023).

20. Бездітко Ю.М., Посаднева О.М., Кагарлицька М.В. Методологічні та методичні аспекти застосування стрес-тестування у банківській системі України. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2021. № 2. С. 221–229.

21. Бездітко Ю.М., Посаднева О.М., Кагарлицька М.В. Теоретичні аспекти застосування стрес-тестування у банківській системі України. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2021. № 2. С. 230–237.

22. Кишакевич Б.Ю., Юзьв'як О.А. Стрес-тестування банку: підходи, методи, світовий досвід. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2015. Вип. 25.1. С. 277–283.

23. Максимова А.В. Макроекономічне стрес-тестування банків у системі регулювання банківської діяльності: дис. ... канд. Екон. Наук: 08.00.08; Держ. Вищ. Навч. Закл. «Криворізь. Нац. Ун-т». *Кривий Ріг*, 2012. 217 с.

24. Манжос С.Б. Стрес-тестування банків: огляд методологій. *Фінанси, облік, банки*. 2014. № 1 (20). С. 188–195.

25. Методичні рекомендації щодо порядку проведення стрес-тестування в банках України: Постанова Правління НБУ від 06.08.2009 № 460 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0460500-09#Text> (дата звернення 10.03.2023).

26. Посаднева О. Макроекономічне стрес-тестування банків як інструмент забезпечення стійкості банківської системи. *Підприємництво та інновації*. 2021. № 16. С. 87–93.

27. Посохов І.М., Ходирева О.О. Стрес-тестування як актуальний інструмент ризик-менеджменту сучасної банківської системи України. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2018. Т. 1, № 24. С. 53–61.

28. Про деякі питання діяльності банків України та банківських груп: Постанова Правління Національного банку України від 25.02.2022 № 23. URL: <https://zakon.cc/law/document/read/v0023500-22> (дата звернення 10.03.2023).

29. Про здійснення оцінки стійкості банків і банківської системи України: Положення, затверджене Постановою Правління Національного банку України 22.12.2017 № 141. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0141500-17#n12> (дата звернення 10.03.2023).

30. Технічне завдання для здійснення оцінки стійкості банків і банківської системи України у 2022 році: Рішення, затверджене Правлінням Національного банку України 21.01.2022 № 27-рш. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/law/21012022_27-rsh.pdf?v=4 (дата звернення 10.03.2023).

31. Цимбал Л.М., Внукова Н.М. Використання стрес-тестування для управління ризиками банку. *Фінансові аспекти розвитку економіки України: теорія, методологія, практика*. 2022. С. 71–73.

References

1. Adrian M. Financial sector assessment program review — background paper on quantitative analysis. *International Monetary Fund*. 2021. 68 p. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/Policy-460523> (date of access: 15.03.2023).

2. Adrian M., Morsink M., Schumacher M. B. Stress testing at the IMF. International Monetary Fund. 2020. 72 p. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/Departmental-Papers-Policy-Papers/Issues/2020/01/31/Stress-Testing-at-the-IMF-48825> (date of access: 15.03.2023).
3. Balasubramaniam N., Davis E. P. Stress testing in financial institutions: an introduction. *Journal of Financial Regulation and Compliance*. 2012. № 20(2). P. 115–131.
4. Blaschke W., Jones M. T., Majnoni G., Martinez Peria M. S. (2001). Stress testing of financial systems: an overview of issues, methodologies, and FSAP experiences. *IMF Working Papers*. 2001/088. 57 p. URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2001/wp0188.pdf> (date of access: 15.03.2023).
5. Bowen R. M., Hollingworth B. Stress testing for financial institutions. *Journal of Risk Management in Financial Institutions*. 2013. № 6(1). P. 69–83.
6. Cihak M. Stress testing: A review of key concepts. *Research and Policy Notes*. 2004. № 2. URL: <https://ideas.repec.org/p/cnb/rprn/2004-02.html> (date of access: 15.03.2023).
7. Cumming C. M. Strengths and Weaknesses of Microprudential Stress Testing for Financial Institutions. *Handbook of Financial Stress Testing*, 2022. 331 p.
8. ECB Guide to the internal capital adequacy assessment process (ICAAP). European Central Bank. 2018. URL: https://www.bankingsupervision.europa.eu/ecb/pub/pdf/ssm.icaap_guide_201811.en.pdf (date of access: 15.03.2023).
9. Fender I., Gibson M. S. Stress testing in practice: a survey of 43 major financial institutions. *BIS Quarterly Review* June. 2001. 5 p. URL: <https://www.bis.org/publ/rqt0106g.pdf> (date of access: 15.03.2023).
10. Guidelines on common procedures and methodologies for the supervisory review and evaluation process (SREP) and supervisory stress testing under Directive 2013/36/EU. European Central Bank. 2022. URL: https://www.eba.europa.eu/sites/default/documents/files/document_library/Publications/Guidelines/2022/EBA-GL-2022-03%20Revised%20SREP%20Guidelines/1028500/Final%20Report%20on%20Guidelines%20on%20common%20procedures%20and%20methodologies%20for%20SREP%20and%20supervisory%20stress%20testing.pdf (date of access: 15.03.2023).
11. Kapinos P. S., Martin C., Mitnik O. A. Stress testing banks: whence and whither?. *Journal of Financial Perspectives*. 2018. № 5(1). 30 p. URL: <https://www.fdic.gov/analysis/cfr/working-papers/2015/2015-07.pdf> (date of access: 15.03.2023).
12. Kupiec P. Stress-testing in a Value at Risk Framework. *Risk management: value at risk and beyond*. 2002. № 10. P. 76–99.
13. Oura H., Schumacher L. B. Macrofinancial stress testing-principles and practices. *International Monetary Fund Policy Paper*. 2012. 56 p.
14. Principles for sound stress testing practices and supervision. Bank for International Settlements. 2009. URL: <https://www.bis.org/publ/bcbs155.pdf>. (date of access: 15.03.2023).
15. Silva-Buston C., Prado-Lorenzo J. M. Stress testing financial systems: An overview of current methodologies. *Journal of Financial Economic Policy*. 2016. № 8(4). P. 427–444.
16. Sorge M. Stress-testing financial systems: an overview of current methodologies. *BIS Working Paper*. 2004. № 165. 41 p. URL: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.759585> (date of access: 15.03.2023).
17. STAMP€: Stress-Test Analytics for Macroprudential Purposes in the Euro area. European Central Bank. 2017. URL: <http://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/stampe201702.en.pdf> (date of access: 15.03.2023).
18. Stress testing principles. Bank for International Settlements. 2017. URL: <https://www.bis.org/bcbs/publ/d428.pdf> (date of access: 15.03.2023).
19. Supervisory and bank stress testing: range of practices. Bank for International Settlements. 2017. URL: <https://www.bis.org/bcbs/publ/d427.pdf> (date of access: 15.03.2023).
20. Bezditko Yu. M., Posadnieva O. M., Kaharlytska M. V. Metodolohichni ta metodychni aspekty zastosuvannya stres-testuvannya u bankivskii systemi Ukrainy. *Visnyk Khersonskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu*. 2021. № 2. S. 221–229.
21. Bezditko Yu. M., Posadnieva O. M., Kaharlytska M. V. Teoretychni aspekty zastosuvannya stres-testuvannya u bankivskii systemi Ukrainy. *Visnyk Khersonskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu*. 2021. № 2. S. 230–237.
22. Kyshakevych B. Yu., Yuzviak O. A. Stres-testuvannya banku: pidkhody, metody, svitovyi dosvid. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*. 2015. Vyp. 25.1. S. 277–283.
23. Maksymova A. V. Makroekonomichne stres-testuvannya bankiv u systemi rehuliuвання bankivskoi diialnosti: dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.08; Derzh. vyshch. navch. zakl. «Kryvoriz. nats. un-t». Kryvyi Rih, 2012. 217 s.
24. Manzhos S. B. Stres-testuvannya bankiv: ohliad metodolohii. *Finansy, oblik, banky*. 2014. № 1 (20). S. 188–195.
25. Methodychni rekomendatsii shchodo poriadku provedennia stres-testuvannya v bankakh Ukrainy: Postanova Pravlinnia NBU vid 06.08.2009 № 460 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0460500-09#Text> (date of access: 10.03.2023).
26. Posadnieva O. Makroekonomichne stres-testuvannya bankiv yak instrument zabezpechennia stiikosti bankivskoi systemy. *Pidpriemnytstvo ta innovatsii*. 2021. № 16. S. 87–93.

27. Posokhov I. M., Khodyrieva O. O. Stres-testuvannia yak aktualnyi instrument ryzyk-menedzhmentu suchasnoi bankivskoi systemy Ukrainy. Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky. 2018. T. 1, № 24. S. 53–61.

28. Pro deiaki pytannia diialnosti bankiv Ukrainy ta bankivskykh hrup: Postanova Pravlinnia Natsionalnoho banku Ukrainy vid 25.02.2022 № 23. URL: <https://zakon.cc/law/document/read/v0023500-22> (date of access: 10.03.2023).

29. Pro zdiisnennia otsinky stiikosti bankiv i bankivskoi systemy Ukrainy: Polozhennia, zatverdzhene Postanovoiu Pravlinnia Natsionalnoho banku Ukrainy 22.12.2017 № 141. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0141500-17#n12> (date of access: 10.03.2023).

30. Tekhnichne zavdannia dlia zdiisnennia otsinky stiikosti bankiv i bankivskoi systemy Ukrainy u 2022 rotsi: Rishennia, zatverdzhene Pravlinniam Natsionalnoho banku Ukrainy 21.01.2022 № 27-rsh. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/law/21012022_27-rsh.pdf?v=4 (date of access: 10.03.2023).

31. Tsymbal L. M., Vnukova N. M. Vykorystannia stres-testuvannia dlia upravlinnia ryzykamy banku. Finansovi aspekty rozvytku ekonomiky Ukrainy: teoriia, metodolohiia, praktyka. 2022. S. 71–73.

УДК 614.253.5

Череп Олександр Григорович

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри управління персоналом і маркетингу
Запорізький національний університет*

Cherep Oleksandr

*Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor of the Department of Personnel Management and Marketing
Zaporizhia National University*

ORCID: 0000-0002-3098-0105

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8825

ПРИСКОРЕННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА COVID-19: РЕТРОСПЕКТИВНИЙ ОГЛЯД ТА ВПЛИВ НА СТВОРЕННЯ НОВИХ РОБОЧИХ МІСЦЬ

THE ACCELERATION OF DIGITALIZATION AND COVID-19: A RETROSPECTIVE REVIEW AND IMPACT ON THE CREATION OF NEW JOBS

Анотація. Вступ. Коронавірус прискорив цифрову трансформацію економіки, що відкрило нові можливості для розвитку економіки та створення нових робочих місць. Постає необхідність дослідження напрямів прискорення цифровізації унаслідок пандемії COVID-19 та їх взаємному впливу на створення нових робочих місць та формуванню пропозицій, актуальних для сучасного управлінського впливу з позиції державних органів і керівників підприємств різних галузей економіки.

Мета. Метою статті є визначення впливу COVID-19 на прискорення цифровізації та створення нових робочих місць.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є: 1) праці українських та зарубіжних авторів, що провадять свої науково-практичні дослідження у сфері наслідків пандемії коронавірусу, їх впливу на робочу силу, а також у царині цифровізації; 2) статистичні бази даних впливу пандемії коронавірусу на ВВП та інші показники.

У процесі здійснення дослідження було використано наступні наукові методи: теоретичного узагальнення та групування (для визначення змін, до яких призвели наслідки пандемії коронавірусу та цифровізації, а також визначення складу об'єктів, які найбільш уразливі до впливу пандемій різного роду); формалізації, аналізу та синтезу (для співставлення приросту ВВП, рівнів цифровізації та безробіття в окремих країнах); логічного узагальнення результатів (формулювання висновків).

Результати. У статті виконано ретроспективний аналіз впливу пандемії COVID-19 на приріст ВВП. Показано його зменшення у багатьох країнах окрім Китаю. Визначено, що країни з вищим рівнем цифровізації мають вищий рівень ВВП порівняно з країнами з меншим рівнем цифровізації. Проте окремі чинники, такі як економічна політика, особливості ринкової структури, геополітичне положення країни тощо можуть здійснити вплив, у наслідок якого країни з низьким рівнем ВВП, матимуть високий рівень цифровізації, і навпаки. Обґрунтовано наявність зв'язку між цифровізацією та рівнем безробіття. Виявлено, що країни з вищим рівнем цифровізації мають менший рівень безробіття порівняно з країнами з меншим рівнем цифровізації. Узагальнено найбільш уразливі об'єкти до впливу пандемій різного роду: авіакомпанії, готельно-ресторанний бізнес, малий бізнес, країни з низьким доходом. Показані приклади компаній, які під час пандемії створили нові робочі місця. Систематизовані зміни які стали помітними після початку пандемії і актуальні на початок 2023 р. Виділено такі зміни: збільшення використання он-лайн-сервісів, зростання електронної комерції, розширення використання штучного інтелекту, зростання кібербезпеки, використання розширеної та віртуальної реальності. Запропоновано заходи, які в умовах пришвидшення процесу цифровізації та наслідків COVID-19 сприятимуть створенню нових робочих місць. Основними заходами визнано: підтримку малих та середніх підприємств у цифровому переході; розвиток електронної комерції, підтримка розвитку сфери ІТ, сприяння отриманню працівниками цифрових навичок та їх удосконалення відповідно до сучасного розвитку цифрових технологій.

Перспективи. В подальших наукових дослідженнях пропонується розробити концепцію співпраці урядів та бізнесу задля розвитку кваліфікованих робочих місць та навчальних програм, що відповідають на потреби цифрової економіки, щоб забезпечити сталий розвиток національної економіки та зменшення нерівності в доступі до роботи.

Ключові слова: пандемія, робочі місця цифровізація, цифрові навички

Summary. Introduction. The coronavirus has accelerated the digital transformation of the economy, opening up new opportunities for economic development and the creation of new jobs. There is a need to investigate the ways in which the COVID-19 pandemic has accelerated digitization and its mutual impact on the creation of new jobs, as well as the formation of proposals that are relevant for modern management from the perspective of government agencies and managers in various sectors of the economy.

Purpose. The aim of the article is to determine the impact of COVID-19 on the acceleration of digitization and the creation of new jobs.

Materials and methods. The materials of the study include: 1) works by Ukrainian and foreign authors conducting their scientific and practical research in the field of the consequences of the coronavirus pandemic, its impact on the workforce, as well as in the field of digitization; 2) statistical databases on the impact of the coronavirus pandemic on GDP and other indicators.

The following scientific methods were used during the research: theoretical generalization and grouping (to determine the changes caused by the consequences of the coronavirus pandemic and digitalization, as well as to identify the objects that are most vulnerable to the impact of various pandemics); formalization, analysis, and synthesis (to compare the growth of GDP, levels of digitalization, and unemployment in individual countries); logical generalization of the results (formulation of conclusions).

Results. The article provides a retrospective analysis of the impact of the COVID-19 pandemic on GDP growth. It shows its decrease in many countries except for China. It is determined that countries with a higher level of digitalization have a higher GDP level compared to countries with a lower level of digitalization. However, certain factors such as economic policy, market structure characteristics, geopolitical location of the country, etc. may have an impact, as a result of which countries with a low GDP level will have a high level of digitalization, and vice versa. The presence of a relationship between digitalization and the level of unemployment is substantiated. It is found that countries with a higher level of digitalization have a lower level of unemployment compared to countries with a lower level of digitalization. The most vulnerable objects to the impact of various pandemics are summarized: airlines, hotel and restaurant business, small business, low-income countries. Examples of companies that created new jobs during the pandemic are shown. The changes that became noticeable after the start of the pandemic and were relevant at the beginning of 2023 are systematized.

The following changes have been identified: increased use of online services, growth of e-commerce, expanded use of artificial intelligence, increased cybersecurity, and use of augmented and virtual reality. Measures have been proposed that will help create new jobs in the context of the accelerated digitization process and the aftermath of COVID-19. The main measures recognized are: supporting small and medium-sized enterprises in their digital transition; developing e-commerce, supporting the development of the IT sector, promoting the acquisition of digital skills by workers and their improvement in line with the current development of digital technologies.

Discussion. In further scientific research, it is proposed to develop a concept of cooperation between governments and businesses to develop skilled jobs and training programs that meet the needs of the digital economy, in order to ensure sustainable development of the national economy and reduce inequality in access to employment.

Key words: pandemic, digitalization, digital skills, jobs

Постановка проблеми. Глобальний розвиток економіки зазнав серйозних потрясінь, які викликані несприятливими умовами, пов'язаними з пандемією. Більшість країн світу зіткнулися зі зниженням ВВП та ростом безробіття. Стало зрозуміло, що пандемія COVID-19 має нерівний вплив на різні галузі економіки: сектори, пов'язані з подорожами та громадським транспортом, зазнали більших втрат, у той час як інші сектори, такі як цифрові технології та інтернет-торгівля, зростали. Експерти одностайні: коронавірус прискорив цифрову трансформацію економіки, що відкрило нові можливості для розвитку економіки та створення нових робочих місць.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З урахуванням наявних даних у базах Google Scholar та ArXiv слід констатувати, що з початку пандемії COVID-19 у 2019 р., було опубліковано тисячі наукових досліджень та статей, більшість з яких стосується впливу коронавірусу на управління персоналом і розглядає такі питання, як робота з віддаленими працівниками, забезпечення безпеки та здоров'я на робочому місці, зміни в умовах

праці та багато іншого. Водночас ще більше наукових публікацій опубліковані на тему впливу пандемії на цифрову трансформацію, оскільки ця сфера досліджень являється мультидисциплінарною і торкається як економічних, так і технічних аспектів. Зокрема, досить ґрунтовно зміна економічної активності у різних країнах висвітлена Тищенко В.В. у роботі [4].

У контексті поставленої проблематики даної роботи варто відмітити наукові доробки таких учених, як Бондарчук О., Гамова О., Зінченко О., Міщук Є., Рябикіна Є., Ушенко Н., Ястремська Н. [3; 10; 12]. У працях зазначених науковців не тільки актуалізовані питання впливу пандемії на цифрові навички персоналу [3; 12], але й розширено дискурс цифровізації до концепції суспільства 5.0. [10]. Важливо, що в роботі [3] актуалізовано проблематику впливу цифрових навичок на можливість виконувати робочі завдання на прикладі енергетичного сектору. Проте поза увагою науковців залишилися пропозиції, які б уможливили створення нових робочих місць після пандемії. Світовий досвід управління персоналом в умовах

COVID-19 висвітлено Жолонко Т. [9], але вплив цифровізації у роботі слід визнати фрагментарним. Трансформація стратегічних імперативів управління персоналом в умовах пандемії COVID-19 розкрили вчені Панченко І., Середа Г. [11], але пропозиції авторів сфокусовані на формуванні HR-стратегії та не врахували ті можливості, які несе цифровізація на ринок праці. На увагу заслуговують пропозиції щодо поширення європейського досвіду в Україні застосування цифрових технологій, розроблені вченими Череп А.В. і Воронковою В.Г. у [8]. Разом з цим, залишилися не вирішеними питання стосовно синтезу впливу COVID-19 і цифровізації на створення нових робочих місць.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є визначення впливу COVID-19 на прискорення цифровізації та створення нових робочих місць.

Виклад основного матеріалу. Традиційно вважалося, що чим більше людей мають роботу, тим більше доходу вони отримують і тим більше вони можуть витратити на товари та послуги; це збільшує попит на товари та послуги, що, своєю чергою, стимулює економіку та збільшує ВВП. Однак сучасні реалії доводять: взаємозв'язок між ВВП та створенням робочих місць не є прямим. ВВП може зростати без одночасного збільшення кількості робочих місць, якщо виробничі процеси стають більш автоматизованими та ефективними. Водночас у цілому, створення робочих місць має позитивний вплив на ВВП та економіку.

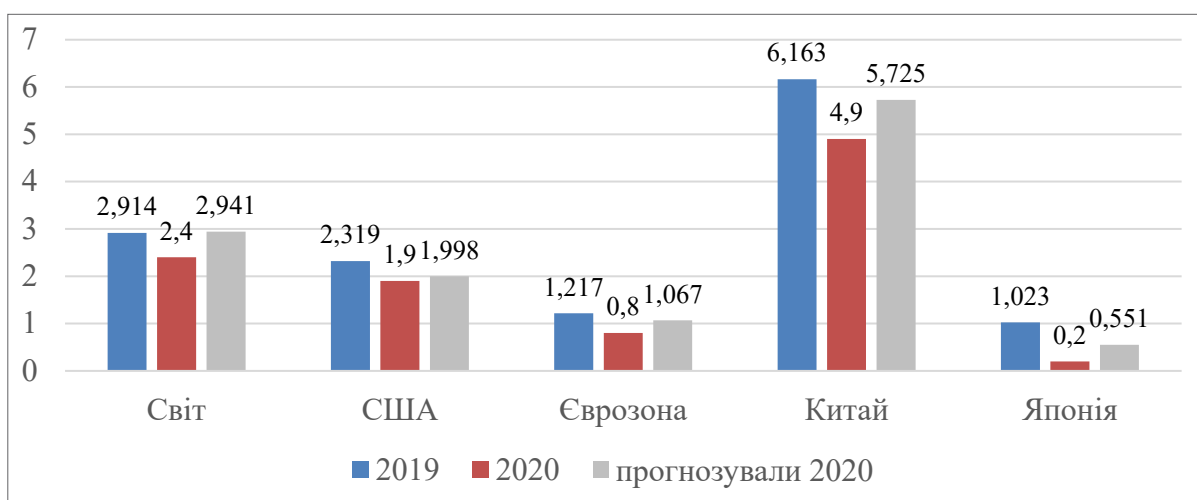
Через пандемію COVID-19, яка вплинула на багато аспектів економічного життя, ВВП у провідних країнах світу у 2020 р. скоротився. За регіонами світу приріст ВВП відображено на рис. 1.

Відтак очікувалося, що через пандемію багато країн не вийдуть до прогнозованого приросту рівня ВВП. Так, приріст ВВП Світу на кінець 2019 р. прогнозували на рівні 2,941%, а на 2020 р. це значення скоротили до 2,4% [1; 2].

Між рівнем ВВП та цифровізацією існує позитивний зв'язок. Країни з вищим рівнем цифровізації мають зазвичай вищий рівень ВВП порівняно з країнами з меншим рівнем цифровізації. Це пояснюється тим, що цифрові технології забезпечують підприємствам більш ефективне використання ресурсів, збільшують продуктивність та конкурентоспроможність, а також дають змогу створювати нові ринки та бізнес-моделі. Крім того, цифрові технології є важливим інструментом для розвитку інновацій та підвищення якості життя населення [3]. Однак важливо відмітити, що цей зв'язок не є однозначним, оскільки існують країни з високим рівнем ВВП, але з низьким рівнем цифровізації, а також країни з низьким рівнем ВВП, але з високим рівнем цифровізації (яскравий приклад — Україна). Це може бути пов'язано з різними чинниками, такими як економічна політика, особливості ринкової структури, геополітичне положення країни та інші фактори [4]. Для порівняння даних про приріст ВВП, рівень цифровізації та безробіття у 2020 р. у різних країнах сформовано табл. 1.

Слід указати також на зв'язок між цифровізацією та рівнем безробіття. Країни з вищим рівнем цифровізації (наприклад, США та Великобританія) мають менший рівень безробіття порівняно з країнами з меншим рівнем цифровізації (наприклад, Індія).

Згідно зі звітом Міжнародної організації праці з травня 2020р., унаслідок пандемії COVID-19



* Синя колонка — приріст реального ВВП за 2019 р.; помаранчева колонка — потенційний показник приросту реального ВВП у 2020 р., який прогнозували в листопаді 2019 р.; сіра колонка — потенційний приріст реального ВВП у 2020 р., який спрогнозували після подій пов'язаних із COVID-19.

Рис. 1. Приріст реального ВВП за регіонами світу, 2019–2020 рр., %

Джерело: сформовано автором за даними із [1; 2]

Таблиця 1

Співставлення приросту ВВП, рівнів цифровізації та безробіття в окремих країнах, 2020 р.

Країна	Приріст ВВП, %	Рівень цифровізації	Рівень безробіття
США	-3.5	83.7	8.1
Китай	2.3	59.0	5.2
Німеччина	-4.9	76.4	4.4
Японія	-4.8	68.5	2.9
Індія	-7.7	43.2	6.9
Великобританія	-9.9	82.3	4.5

Джерело: сформовано автором за даними із [5–7]

у світі було втрачено 495 мільйонів робочих місць у II кварталі 2020 р. Нами узагальнено найбільш уразливі об'єкти до впливу пандемії (не тільки коронавірусу, але й інших):

- Авіакомпанії. Згідно зі звітом МОП, авіаційний сектор постраждав найбільше від пандемії, з втратою більш ніж 40% робочих місць. Це означає, що понад 32 млн людей втратили роботу у цьому секторі.
- Готельно-ресторанний бізнес. У країнах з високим рівнем туризму, таких як Іспанія та Італія, відсутність туристів серйозно ударила по готельно-ресторанному бізнесу [8]. Згідно зі звітом МОП, у цьому секторі відбулося скорочення майже на 25% робочих місць [7].
- Малий бізнес, зокрема ті підприємства, які були змушені закритися через карантинні заходи, також постраждали від пандемії COVID-19. У США, наприклад, було закрито близько 22% малих підприємств.
- Країни з низьким доходом. У країнах з низьким доходом, таких як Індія і Бангладеш, велика кількість людей залежить від робіт, пов'язаних з секторами економіки, які найбільше постраждали через COVID-19, такими як туризм, готельно-ресторанний бізнес та роздрібна торгівля. У зв'язку з цим, багато робочих місць було втрачено, що призвело до збільшення бідності та соціальної напруженості в цих країнах [7].

Однак, деякі компанії відреагували на цю ситуацію шляхом створення нових робочих місць: зокрема, у I кварталі 2020 р. компанія Amazon створила більше 175 тис. нових робочих місць у світі, щоб відповісти на збільшену потребу в он-лайн-шопінгу під час карантину. Загалом, на початку 2021 р. компанія зайняла більше 1,3 млн працівників у світі. Збільшена популярність відеоконференційного сервісу Zoom під час пандемії привела до збільшення штату компанії. У 2020 р. Zoom збільшила свій штат працівників більше ніж в 2 рази, зайнявши близько 4 тис. нових людей. Компанія з доставки продуктів харчування Instacart підвищила свій штат працівників на 300% під час пандемії, щоб задовольнити збільшену потребу у послугах доставки продуктів. У березні 2020 р.

Instacart повідомив, що найме додаткових 300 тис. працівників на час карантину. Біотехнологічна компанія Moderna стала однією з провідних компаній, яка розробила та почала виробляти вакцину проти COVID-19. Завдяки цьому досягненню, вона значно збільшила свій штат працівників у 2020 р., зайнявши близько 700 нових людей.

Відтак, пандемія коронавірусу значно вплинула на технологічний прогрес та цифрову трансформацію [9]. Зміни, які стали помітними після початку пандемії і актуальні на початок 2023 р. наступні:

- збільшення використання он-лайн-сервісів: зі зростанням кількості людей, які працюють з дому та навчаються он-лайн, зростає популярність он-лайн-сервісів, таких як Zoom, Microsoft Teams, Google Meet та інших;
- зростання електронної комерції: пандемія змусила багатьох людей змінити свої покупкові звички, переходячи на он-лайн-шопінг, що призвело до зростання електронної комерції;
- розширення використання штучного інтелекту: розширення застосування штучного інтелекту у бізнесі та медицині стало можливим завдяки використанню нових алгоритмів та інфраструктури хмарних обчислень;
- зростання кібербезпеки: з поширенням роботи з дому та он-лайн-навчанням зростає потреба в забезпеченні кібербезпеки. Компанії та установи змушені зосередити увагу на кібербезпеці та запобіганні кібератакам;
- використання розширеної та віртуальної реальності: у зв'язку з обмеженнями на поїздки та зібрання великих груп людей, віртуальна та розширена реальність стала популярнішою як інструмент для здійснення подій та зборів в он-лайні.

Крім того, цифрові технології також змінюють природу багатьох робочих місць, вимагаючи нових навичок та компетенцій від працівників [10]. Програмування, аналітика даних та керування цифровими процесами стають все більш важливими навичками у багатьох галузях. Цифрова трансформація може збільшити можливості для працевлаштування у регіонах з менш розвиненими економіками [11].

Пришвидщення процесу цифровізації та наслідки COVID-19 на зміну пріоритетів у суспільстві мають безпосередній вплив на створення нових робочих місць. Тому на сьогодні необхідно вжити ряд дієвих заходів, серед яких:

- Підтримка малих та середніх підприємств у цифровому переході: держави та інші зацікавлені сторони можуть надавати фінансову та технічну підтримку МСП у переході до цифрового формату. Це допоможе їм збільшити продуктивність та залучати нових клієнтів, що може призвести до створення нових робочих місць.
- Розвиток електронної комерції: зростання попиту на он-лайн-покупки під час пандемії стимулювало розвиток електронної комерції. Держави та бізнес повинні спільно працювати над покращенням інфраструктури, підвищенням кібербезпеки та розвитком електронних платіжних систем, щоб стимулювати розвиток електронної комерції та створення нових робочих місць.
- Підтримка розвитку сфери ІТ: сфера ІТ зазнала зростання під час пандемії, оскільки більшість компаній перейшли на роботу з віддалених офісів. Держави та інші зацікавлені сторони можуть надавати підтримку в розвитку цієї галузі, зокрема за допомогою надання грантів та субсидій для стартапів, які займаються розробкою нових технологій.
- Освіта та підвищення кваліфікації: відсутність кваліфікованої робочої сили може стати гальмом у процесі цифровізації та розвитку нових технологій, тому освіта та підвищення кваліфікації є критично важливими для забезпечення успішного переходу до цифрової економіки. Це стосується не тільки ІТ-сектору, а й інших галузей, таких як фінанси, медицина, промисловість, енергетика тощо [12].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Пандемія COVID-19 суттєво вплинула на прискорення цифровізації в різних галузях. Перехід до дистанційної роботи та он-лайн-навчання зму-

сив бізнес та працівників швидко адаптуватися до нових цифрових технологій та інструментів. Цей тренд в напрямку цифровізації вже тривав декілька років, але пандемія прискорила процес та створила нові можливості для інновацій. Щодо створення нових робочих місць, то прискорення цифровізації призвело до появи нових видів робіт та збільшення попиту на певні навички. Зокрема, перехід до дистанційної роботи збільшив попит на фахівців з експертизою в інструментах віртуальної співпраці, обчислювальних хмар та кібербезпеки. Крім того, зростання електронної комерції та цифрового маркетингу створило нові можливості для працевлаштування в галузях, таких як управління соціальними медіа, оптимізація пошукових систем та цифрова реклама. Однак вплив цифровізації на створення робочих місць не є рівномірним у всіх секторах та галузях. Хоча деякі галузі мали зростання можливостей для працевлаштування, інші втратили значну кількість робочих місць через автоматизацію та цифрову трансформацію. Так, зростання автоматизації та штучного інтелекту призвело до втрат робочих місць на виробництві, зокрема в автомобільній промисловості, де роботи поступово замінюють людей на багатьох етапах виробництва. З іншого боку, цифрова трансформація привела до створення нових можливостей у секторах, таких як інформаційні технології, електронна комерція та інтернет-маркетинг.

Отже, хоча цифрова трансформація може призвести до втрати робочих місць в окремих галузях, вона також створює нові можливості для працевлаштування в інших секторах та може збільшити доступність роботи для людей віддалених регіонів. Напрямоком подальших досліджень є обґрунтування концепції співпраці урядів та бізнесу за для розвитку кваліфікованих робочих місць та навчальних програм, що відповідають на потреби цифрової економіки, щоб забезпечити сталий розвиток національної економіки та зменшення нерівності в доступі до роботи.

Література

1. Economic Outlook Database. 2020. URL: <https://data.oecd.org/gdp/real-gdp-forecast.htm#indicator-chart> (дата звернення: 19.04.2023).
2. Stat Economic Outlook. November 2019. No. 106. URL: <https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=EO#> (дата звернення: 19.04.2023).
3. Mishchuk Ie., Zinchenko O., Zinchenko D., Dariusz P., Adamovska V. Information Support of Economic Security of Mining Enterprises' Competitive Status and its Assessment Taking into Account the Level of Digital Maturity. *Estudios de Economia Aplicada*. 2021. Vol. 39. No 7. P. 1–18.
4. Тищенко В.В. Вплив пандемії COVID-19 на економічну активність в країнах світу. Міждисциплінарні наукові дослідження: особливості та тенденції: матеріали міжнародної наукової конференції. Чернівці: МЦНД, 2020. Т. 1. С. 24–26.
5. Statistical database of the World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG> (дата звернення: 29.04.2023).

6. World Economic Forum. The Global Competitiveness Report 2020. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2020> (дата звернення: 29.04.2023).
7. Statistical database of the International Labor Organization. URL: <https://ilostat.ilo.org/data/> (дата звернення: 29.04.2023).
8. Череп А.В., Воронкова В.Г. Креативні цифрові технології як мегатренди розвитку туристичного бізнесу: поширення європейського досвіду в Україні. *Humanities studies: збірник наукових праць*. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2020. Випуск 6 (83). С. 165–179.
9. Жолонко Т.В. Управління персоналом в умовах «коронакризи»: світовий та український досвід. Міжгалузеві диспути: динаміка та розвиток сучасних наукових досліджень: матеріали міжнародної наукової конференції. Вінниця: МЦНД, 2020. Т. 1. С. 51–52.
10. Mishchuk Ie., Riabykina Ye., Ushenko N., Hamova Ok., Tkachenko S., Yastremska N. Intellectual Capital as a Factor Forming Economic Security of Enterprises in Society 5.0 WSEAS. *Transactions on Business and Economics*. 2022. Vol. 19. P. 269–277.
11. Панченко І.В., Серeda Г.В. Трансформація стратегічних імперативів управління персоналом в умовах пандемії COVID-19. *Економіка і організація управління*. 2020. № 4. С. 83–89.
12. Mishchuk Ie., Bondarchuk Ol., Riabykina N., Riabykina Ye., Matkovskiy P., Tkachenko S., Rozhenko Ol., Kornukh O. Security of energy interests of Ukrainian enterprises: role of personnel innovative competencies, public administration and exchange trade. *WSEAS. Transactions on Environment and Development*. 2022. Vol. 18. P. 565–574.

References

1. Economic Outlook Database. (2020). URL: <https://data.oecd.org/gdp/real-gdp-forecast.htm#indicator-chart> (Accessed 19 April 2023). [in English].
2. Stat Economic Outlook. (2019). No. 106. URL: <https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=EO#> (Accessed 19 April 2023). [in English].
3. Mishchuk Ie., Zinchenko O., Zinchenko D., Dariusz P. & Adamovska V. (2021). Information Support of Economic Security of Mining Enterprises' Competitive Status and its Assessment Taking into Account the Level of Digital Maturity. *Estudios de Economia Aplicada*. Vol. 39. No 7. P. 1–18. [in English].
4. Tyshchenko V.V. (2020). Vplyv pandemii COVID-19 na ekonomichnu aktyvnist v krainakh svitu. *Mizhdystyplinarni naukovi doslidzhennia: osoblyvosti ta tendentsii: materialy mizhnarodnoi naukovoї konferentsii*. Chernihiv: MTsND. Т. 1. S. 24–26. [in Ukrainian].
5. Statistical database of the World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG> (Accessed 29 April 2023). [in English].
6. World Economic Forum. The Global Competitiveness Report 2020. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2020> (Accessed 29 April 2023). [in English].
7. Statistical database of the International Labor Organization. URL: <https://ilostat.ilo.org/data/> (Accessed 29 April 2023). [in English].
8. Cherep A. V. & Voronkova V. H. (2020). Kreatyvni tsyfrovi tekhnolohii yak mehatrendy rozvytku turystychnoho biznesu: poshyrennia yevropeiskoho dosvidu v Ukraini. *Humanities studies: zbirnyk naukovykh prats*. Zaporizhzhia: Zaporizkyi natsionalnyi universytet. Vypusk 6 (83). S. 165–179. [in Ukrainian].
9. Zholonko T. V. (2020). Upravlinnia personalom v umovakh "koronakryzy": svitovyi ta ukraïnskyi dosvid. *Mizh-haluzevi dysputy: dynamika ta rozvytok suchasnykh naukovykh doslidzhen: materialy mizhnarodnoi naukovoї konferentsii*. Vinnytsia: MTsND. Т. 1. S. 51–52. [in Ukrainian].
10. Mishchuk Ie., Riabykina Ye., Ushenko N., Hamova Ok., Tkachenko S. & Yastremska N. (2022). Intellectual Capital as a Factor Forming Economic Security of Enterprises in Society 5.0 WSEAS. *Transactions on Business and Economics*. Vol. 19. P. 269–277. [in English].
11. Panchenko I. V. & Sereda H. V. (2020). Transformatsiia stratehichnykh imperatyviv upravlinnia personalom v umovakh pandemii COVID-19. *Економіка і орhanizatsiia upravlinnia*. № 4. S. 83–89. [in Ukrainian].
12. Mishchuk Ie., Bondarchuk Ol., Riabykina N., Riabykina Ye., Matkovskiy P., Tkachenko S., Rozhenko Ol. & Kornukh O. (2022). Security of energy interests of Ukrainian enterprises: role of personnel innovative competencies, public administration and exchange trade. *WSEAS. Transactions on Environment and Development*. Vol. 18. P. 565–574. [in English].

УДК 336.748

Човнюк Юрій Васильович

кандидат технічних наук, доцент

Київський національний університет будівництва і архітектури

Chovniuk Yurii

PhD, Associate Professor

Kyiv National University of Construction and Architecture

ORCID: 0000-0002-0608-0203

Чередніченко Петро Петрович

доцент

Київський національний університет будівництва і архітектури

Cherednichenko Petro

Associate Professor

Kyiv National University of Construction and Architecture

ORCID: 0000-0001-7161-661X

Остапущенко Ольга Павлівна

кандидат технічних наук, доцент

Київський національний університет будівництва і архітектури

Ostapushchenko Olga

PhD, Associate Professor

Kyiv National University of Construction and Architecture

ORCID: 0000-0001-8114-349X

Маляр Віталій Анатолійович

асистент

Київський національний університет будівництва і архітектури

Maliar Vitalii

Assistant

Kyiv National University of Construction and Architecture

ORCID: 0000-0002-8248-8083

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8772

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ МІСТОБУДУВАННЯ В УМОВАХ ІНФЛЯЦІЇ

FINANCIAL MANAGEMENT PECULIARITIES IN INFLATION CONDITIONS OF URBAN DEVELOPMENT ENTERPRISES

Анотація. Розглянуті основні особливості фінансового менеджменту підприємств містобудування в умовах інфляції, а саме: 1) фінансовий аналіз діяльності підприємства; 2) оцінка активів підприємства; 3) ринкова вартість підприємства. Встановлені основні причини збитків інвестиційних проектів у сфері містобудування: а) збільшення тривалості (часу) будівництва об'єкта призводить до збільшення обсягу витрат інвестованих засобів (в основному за рахунок постійних статей витрат), що обтяжує проект додатковим ризиком зміни зовнішніх умов діяльності; віддаляє терміни початку його ефективної експлуатації; призводить до того, що проект стає обтяженим додатковими негативними впливами інфляційних факторів і як результат – знижується ефективність проекту за всіма показниками, котрі використовуються при оцінці; б) зростання рівня цін на основні будівельні матеріали спричиняється, в основному, високими темпами інфляції.

Авторами доведено, що в окремі періоди інфляційного зростання цін на основні види будівельних матеріалів вони (ціни) можуть суттєво обігнати загальний індекс інфляції. З'ясовано, що якщо такий період співпадає з піком будівельного циклу реалізації проекту, тоді його ефективність суттєво знизиться, оскільки зростає необхідний обсяг інвестицій; в) зростання вартості виконання будівельно-монтажних робіт тягне, у свою чергу, до негативних наслідків щодо ефективності проекту.

Авторами роботи показано, що використання класичних методів вимірювання ефективності інвестицій, фінансового аналізу діяльності, оцінки активів та ринкової вартості підприємств містобудування дозволяє у модифікованому виці отримати оцінку ефективності інвестувань й для складних інвестиційних процесів. Доведено, що у цьому випадку доречно застосувати розроблені у роботі спеціальні економіко-математичні моделі, які враховують, зокрема, специфіку містобудівельної галузі й інфляційні фактори. Основні переваги використання такої моделі, розробленої у даному дослідженні, полягають у одночасному врахуванні у моделі великої кількості вимог, умов і припущень, а також у відомій свободі перегляду цих умов у ході роботи з нею, сумісності (тобто відсутності протиріччя) отримуваних за моделлю системи показників, можливості отримання варіантів і алгоритмів поведінки явища, що вивчається, для широкого діапазону і сполучень вихідних умов і припущень (наприклад, варіантів економічного розвитку, стану валютно-грошового ринку і т.д.), а саме це і є актуальним для України, котра знаходиться у стані війни з РФ.

Ключові слова: особливості, фінансовий менеджмент, фінансовий аналіз підприємств, містобудування, інфляція, оцінка активів, ринкова вартість підприємства, методи, моделі.

Summary. The main features of financial management of urban development enterprises in the conditions of inflation are considered, namely: 1) financial analysis of the enterprise; 2) valuation of the enterprise assets; 3) market value of the enterprise. The main causes of losses of investment projects in the field of urban development are as follows: a) an increase in the duration (time) of construction of an object leads to an increase in the amount of invested funds (mainly due to fixed costs), which burdens the project with an additional risk of changing external conditions of activity; delays the start of its effective operation; leads to the fact that the project becomes burdened with additional negative effects of inflationary factors and, as a result, reduces the efficiency of the project by all estimated indicators. The authors prove that during certain periods of inflationary growth in prices for the main types of construction materials, they (prices) can significantly outpace the general inflation index. It is found that if such a period coincides with the peak of the construction cycle of a project, then its efficiency will be significantly reduced, as the required amount of investment increases; c) an increase in the cost of construction and installation works, in turn, leads to negative consequences for project efficiency.

The authors show that the use of classical methods of measuring investment efficiency, financial analysis of activities, valuation of assets and market value of urban development enterprises allows to obtain a modified assessment of investment efficiency for complex investment processes. It is proved that in this case it is appropriate to apply the special economic and mathematical models developed in this paper, which take into account, in particular, the specifics of the urban development industry and inflationary factors. The main advantages of using such a model developed in this study are the simultaneous consideration in the model of a large number of requirements, conditions and assumptions, as well as the known freedom to revise these conditions in the course of working with it, compatibility (i.e., absence of contradictions) of the system of indicators obtained by the model, the possibility of obtaining options and algorithms for the behavior of the phenomenon under study for a wide range and combinations of initial conditions and assumptions (for example, options for economic development, the state of the monetary market, etc).

Key words: features, financial management, financial analysis of enterprises, urban planning, inflation, asset valuation, market value of an enterprise, methods, models.

Постановка проблеми. Проблема побудови моделей для аналізу інвестиційних процесів у сфері містобудування вимагає всебічного обґрунтування і ще, на думку авторів даного дослідження, недостатньо вивчена. Актуальність таких моделей і необхідність їх існування, використання у фінансовому менеджменті, фінансовому аналізі, оцінці активів і ринкової вартості підприємств містобудування не викликають сумнівів, особливо в умовах високого рівня інфляції та триваючої війни України з РФ.

Особливістю побудови такої моделі повинно бути те, що у ній охоплені два процеси — вкладення коштів і віддача від них. Слід вважати, на нашу думку, складними такі інвестиційні процеси (зокрема, у містобудівельну галузь), в котрих

послідовність вкладення й (або) віддачі (капіталовкладень) складається з окремих ділянок зі специфічними розподілами. Зрозуміло, що й для таких відносно складних систем можна отримати необхідні оцінки, послідовно знаходячи відповідні проміжні характеристики й узагальнюючи їх у вигляді шуканого кінцевого результату. Однак за такого розрахунку втрачаються переваги модельного підходу. Слід отримати модельні оцінки ефекту і ефективності інвестицій для широкого діапазону можливих умов, і виявити на цій базі найбільш важливі вхідні параметри моделі. Насамкінець, подібний підхід дозволяє виявляти закономірності динаміки результатів функціонування системи, яка аналізується, у залежності від зміни кожного з цих параметрів.

Таким чином, особі, яка приймає рішення, надається не єдина (за класичними методами і підходами) оцінка ефективності, а розгорнута картина (у вигляді таблиць, графіків) можливих значень ефективності для різноманітних можливих ситуацій.

Необхідність у такій аналітичній інформації визначається перш за все значною умовністю отриманих оцінок ефекту, ефективності, вартості та ціни активів підприємства (містобудівельної галузі). У свою чергу умовність результатів пов'язана з використанням у розрахунках різних величин, значення котрих відносяться до майбутнього. Досить нагадати, яку роль грає у цих розрахунках процентна ставка. Значна умовність ховається й у прийнятих гіпотезах про розподіл у часі надходжень доходів, витрат виробництва, цінах і т.д. Подібний підхід та метод аналізу, розвинутий у даному дослідженні, не даючи остаточної єдиної оцінки, дозволяє встановити деякі очікувані інтервали шуканих характеристик, тим самим знижується ризик неправильного прийняття рішення.

Як технічно досягається адекватне, науково обґрунтоване врахування інфляційних факторів у інвестиційному аналізі, у економічній діяльності підприємств (містобудування)? Відповіді на ці питання отримані, на думку авторів роботи, у даному дослідженні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід зазначити, що різним аспектам впливу інфляційних факторів на економічну діяльність підприємств і установ (різних вітчизняних галузей) присвячена велика кількість наукових робіт як вітчизняних, так і зарубіжних вчених [1–23]. Зокрема, питання інвестиційного та фінансового менеджменту, виникаючих при цьому ризиків та їх моделюванню присвячені роботи [1–7]. Методи фінансової математики, основи фінансово-статистичного аналізу економічних процесів викладені і науково обґрунтовані у роботах [8–10]. Оцінки впливу та моделі врахування інфляції, обґрунтування дисконтної ставки при проведенні кількісного фінансового аналізу ефективності інвестиційних проектів в Україні виконані авторами [11–20]. Методи аналізу витрат життєвого циклу нерухомості (приклад довготривалого інвестування), кількісний фінансовий аналіз оренди обладнання підприємств міського будівництва і господарства, а також підвищення ефективності управління оборотними активами та короткотерміновими зобов'язаннями підприємств містобудування висвітлені авторами [21–23]. Проте, вплив інфляції на оцінку ефективності інвестицій у підприємства міського будівництва і господарства не розглянутий й практично не досліджений. На думку авторів роботи, у запропонованому дослідженні в певній мірі дана проблема вирішена й зняті існуючі невизначеності та недоречності, які наявні на сьогоднішній момент часу по вище зазначеним питанням.

Мета роботи полягає у обґрунтуванні методів фінансового аналізу, оцінки активів та ринкової вартості підприємств містобудування із урахуванням інфляційних факторів.

Матеріали та методи. Матеріалами дослідження є: 1) методика, яка враховує ефективність інвестицій та капіталовкладень у конкретний проект за допомогою дисконтування (процедури, котра дозволяє враховувати фактор часу при аналізі грошових потоків); 2) методологія оцінки ефективності інвестицій за показником чистого приведенного доходу (NPV); 3) праці вітчизняних та зарубіжних авторів, що провадять свої науково-практичні дослідження у царині фінансового менеджменту та кількісного фінансового аналізу ефективності інвестицій при врахуванні прискорених/сповільнених інфляційних процесів.

Виклад основного матеріалу. Інфляція — це довготривалий фактор економічного життя України, тому інфляційний вплив не можна не враховувати при аналізі і виборі проектів виробничих інвестицій, зокрема, у підприємства містобудівельної галузі. На практиці це, однак, майже не робиться, а якщо й робиться, то, на жаль, зазвичай на основі помилкового припущення про те, що інфляція завжди у однаковій мірі підвищує вартість надходжень і витрат, тому чистий прибуток від таких проектів після коригування на темп інфляції буде немов би відповідати чистому прибутку у поточних цінах.

Однак інфляційне зростання цін витрат готової продукції найчастіше усього відбувається нерівномірно з причини різного рівня еластичності попиту підприємства на споживані ним ресурси, енергію, послуги, з однієї сторони, і купівельного попиту на готову продукцію даного підприємства, з іншої сторони. (Особливо чутливими до усього, зазначеного вище, є саме підприємства містобудівельної галузі). Більш того, амортизаційні відрахування здійснюються на основі ціни купівлі основних активів із урахуванням переоцінок, які періодично проводяться, що, у свою чергу, неадекватно відображає інфляційне зростання вартості основних коштів. Тому збільшення сум податкового виграшу від амортизаційних відрахувань суттєво відстає, на жаль, від динаміки інфляції.

1. Інфляційні фактори при оцінці інвестиційних (виробничих) проектів.

Перш за все зазначимо, що для адекватного, науково обґрунтованого аналізу та врахування інфляційних факторів у фінансовому та інвестиційному аналізі, при оцінці активів та ринкової вартості підприємств містобудування необхідно: 1) обов'язково здійснювати інфляційну корекцію грошових потоків; 2) у середню виважену вартість капіталу й у множники нарощування при наступному дисконтуванні грошових потоків включається інфляційна премія.

Почнемо з інфляційної корекції грошових потоків. Однакове чи різне спотворення інфляцією грошових потоків, у будь-якому випадку прийдеється попередньо окремо коригувати їх за рівнем інфляції. Підкреслимо, що ще на стадії первісного відхилення проектів, у зв'язку з цим, заздалегідь визнаються не схваленими ті з них, рентабельність (норма прибутку) котрих нижче темпів інфляції. Такі проекти не забезпечують підприємству захист від інфляції.

Чистий річний грошовий потік від проекту визначається за формулою:

$$\begin{aligned} R_T &= (R - C) \cdot (1 - T) + D \cdot T + S = \\ &= (R - C - D) - (R - C - D) \cdot T + D + S = \quad (1) \\ &= (R - C - D) \cdot (1 - T) + D + S \end{aligned}$$

де: R — виручка від проекту; C — витрати ((крім амортизаційних відрахувань); D — амортизаційні відрахування; T — ставка оподаткування прибутку; S — пільги, бонуси, знижки у оподаткуванні підприємства.

У рівнянні (1) динаміка групи $(R - C) \cdot (1 - T)$ прямо слідує за динамікою інфляції, якщо доходи і витрати зростають однаковими темпами. А ось величини DT та S не змінюються по ходу інфляційного процесу, оскільки амортизаційні відрахування базуються на ціні купівлі основних активів, і ставка оподаткування фіксована; бонуси, пільги, знижки у оподаткуванні підприємства (S) встановлює держава, і вони постійні доволі тривалий час, поки не буде змінена правова база для їх надання (вирішується Верховною Радою України). Таким чином, інфляція знижує реальний (очищений від інфляції) грошовий потік і норму прибутку проекту.

Послідовність роботи при обчисленні реальних грошових потоків від інвестиційного проекту повинна бути наступною:

1. Прораховуються номінальні потоки доходів і номінальні потоки грошових витрат (і те, і інше — із урахуванням інфляційного зростання цін).
2. Обчислюються чисті грошові потоки.
3. З чистих грошових потоків «скидається» інфляційний фактор і розраховуються реальні чисті грошові потоки.

Коли використовуються дисконтні методи аналізу проектів, приведення усіх сум, які приймають участь у розрахунку, до теперішньої вартості здійснюється за допомогою множників нарощування, котрі включають інфляційну премію. Інфляційна премія повинна включати в себе, зрозуміло, й середню виважену вартість капіталу підприємства, котра застосовується у інвестиційному та фінансовому аналізі: а) як ставка дисконтування при використанні дисконтного методу окупності, методу чистої теперішньої вартості інвестицій та модифікованого методу внутрішньої норми при-

бутку; б) як база для порівняння з внутрішньою нормою прибутку розглядуваних проектів при використанні методу внутрішньої норми прибутку (маржинальної вартості капіталу).

Формула для обчислення чистої теперішньої вартості проекту (NPV), яка дозволяє оцінити цю величину у випадку неоднакового інфляційного спотворення доходів і витрат. Ця формула вигідна і зручна у використанні тому, що дозволяє одночасно здійснювати й інфляційну корекцію грошових потоків, й дисконтування на основі середньої виваженої вартості капіталу, яка включає інфляційну премію:

$$\begin{aligned} NPV &= \\ &= \sum_{t=1}^n \frac{\left[\left(R_t \cdot \prod_{r=1}^t (1 + i_r) - C_t \cdot \prod_{r=1}^t (1 + i'_r) \right) \cdot (1 - T) + D_t \cdot T + S \right]}{(1 + k)^t} - I_0, \quad (2) \end{aligned}$$

де: R_t — номінальна виручка t -го року, оцінена для ситуації, коли інфляція відсутня, тобто у цінах базового періоду; i_r — темпи інфляції доходів r -го року; C_t — номінальні витрати t -го року у цінах базового періоду; i'_r — темпи інфляції витрат r -го року; T — ставка оподаткування прибутку; I_0 — первісні витрати на купівлю основних засобів; k — середньо виважена вартість капіталу, яка включає інфляційну премію; P — знак добутку; D_t — амортизаційні відрахування t -го року (зрозуміло, коли i_r та i'_r співпадають, розрахунки суттєво спрощуються); S — пільги, бонуси, знижки у оподаткуванні підприємства, котрі незмінні протягом n років, n — тривалість інвестиційного проекту.

2. Врахування інфляційних факторів у фінансовому аналізі й при оцінці активів підприємства, яке зайняте у містобудуванні.

У умовах інфляції балансова вартість активів, яка зазвичай визначається на основі ціни купівлі цих активів, перестає адекватно відображати їх реальну вартість. Виникає розрив між офіційною — бухгалтерською — та дійсною цінністю активів. Якщо не на ліквідацію, то хоча б на скорочення цього розриву спрямовані переоцінки основних фондів, які періодично проводяться за урядовими постановами. При цьому, як правило, вихідними даними для переоцінки основних фондів (засобів) слугують: 1) повна балансова вартість основних активів, яка визначається за результатами інвентаризації на встановлену дату; 2) (індекси) коефіцієнти перерахунку балансової вартості для обчислення й визначення відновлюваної вартості основних активів.

Основні фонди переоцінюються за відновлюваною вартістю, котра визначається множенням їх балансової вартості на відповідні індекси (коефіцієнти). Ці індекси не однакові для різних груп основних активів. Більш того, встановлювані індекси тим нижче, чим дата купівлі основних активів ближче до дати їх переоцінки.

Офіційні переоцінки основних фондів, взагалі кажучи, закликані сприяти створенню економічно обґрунтованих умов формування ресурсів грошових коштів на оновлення основних фондів. Однак більшість практиків підприємництва не без основи вважають переоцінки, які проводяться, надто рідкими, а встановлювані коефіцієнти перерахунку — м'яко кажучи, заниженими, які не дозволяють довести амортизаційні відрахування до величини, яка відповідає потребі підприємства у відновленні своїх основних засобів. Життя ж нерідко ставить керівників та власників підприємств перед необхідністю адекватної оцінки активів: 1) для залучення інвесторів, котрим необхідно показати дійсну вартість активів у поточних цінах; 2) для свідомого, реалістичного управління підприємством; 3) на випадок можливого поглинання, злиття, продажу чи скасування/ліквідації підприємств.

Проблема не впирається тільки лише у переоцінку основних фондів. Оцінку (переоцінку) при аналізі слід робити й для інших видів активів — запасів сировини, готової продукції та ін. Без цього неможливо призначати розумні ціни на виробу/послуги підприємства, давати реалістичні дивідендні обіцянки акціонерам, тримати грамотну лінію при страхуванні запасів, при отриманні кредитів під заставу тих чи інших активів... Приклади того, як заниження чи, навпаки, завищення реальної вартості активів призводить до збитків підприємства, можна множити і множити. Варто також зазначити, що, незалежно від цілей, які переслідує підприємство при переоцінці активів, отримані дані можуть виявитись доволі повчальними й дисциплінуючими для менеджменту, оскільки вони забезпечують співставлення фінансових результатів за різні періоди діяльності підприємства.

Інфляція погіршує та спотворює фінансово-господарський стан/положення підприємства й ускладнює його аналіз за наступних основних причин:

1) Амортизаційні відрахування у результаті переоцінок вартості основних фондів індексуються, на жаль, з відставанням від фактичної динаміки інфляційного процесу. Тому оборотні кошти підприємства, по суті, перегікають у оподатковуваний прибуток, завищують його, і підприємство сплачує податок на прибуток, який не відповідає його економічно достовірним фінансовим результатам.

2) Фактична собівартість матеріальних ресурсів, які списуються на виробництво, в умовах інфляції, як правило, занижується. Боячись підвищення цін на сировину, підприємства надають перевагу запасати матеріальні ресурси про запас. У результаті на собівартість готової продукції сировина списується за більш низькими, ніж поточні, цінами. Положення може посилюватись при використанні у обліковій практиці методу FIFO («перша

партія на прихід — перша у розхід»). Підсумок усе той самий — завищення фінансових результатів і переплата не тільки податку на прибуток, але й податку на додану вартість.

3) Суперечливість, а часто і недостовірність офіційної статистики і прогнозів щодо динаміки інфляції не дозволяють виділити з достатньою точністю реальну ставку дохідності з номінальної: інфляція «змащує» реальну рентабельність бізнесу.

Враховуючи ці особливості, можна рекомендувати:

1) по-перше, при оцінці фінансово-господарського стану підприємства використовувати аналітичний баланс і аналітичний звіт про фінансові результати, складені на базі відновлюваної вартості основних засобів. Цей спосіб дає співставлення результатів аналізу при використанні фінансових коефіцієнтів і можливість правильно відповісти на питання, чи є зміна фінансово-господарського стану підприємства результатом більш мудрого (чи, навпаки, невідомого) керування, або ця зміна пов'язана з інфляційними факторами;

2) по-друге, по можливості використовувати для врахування (обліку) матеріальних ресурсів метод середньої собівартості або, ще краще — метод LIFO («остання партія на прихід — перша у розхід»). Ці методи дозволяють у більшій степені відображати поточні ціни сировини у собівартості готової продукції;

3) по-третє, виважено підходити до політики постачання сировини і матеріалів. Напередодні подальшого підвищення цін матеріальних ресурсів доцільно порівняти переплату за нові партії сировини, котрі купуються занадто дорого, з перплатою податку на прибуток у випадку підвищеного накопичення запасів за більш ранніми і більш низькими цінами.

Отже, мова йде про коригування бухгалтерської звітності (або про аналіз і прогнозування фінансово-господарського стану підприємства) тоді, коли адекватна переоцінка активів із врахуванням інфляційного фактора виступає як необхідна умова прийняття дійсно реалістичних і ефективних фінансових рішень. На наш погляд, правильна оцінка активів в умовах інфляції вимагає звернення до основ маржиналізму (теорії граничної корисності і граничної продуктивності факторів виробництва).

У ринковій економіці оцінка й переоцінка активів базуються на прийнятій у маржиналізмі концепції вартості майна, яка сформульована відомим американським фахівцем Дж. Бонбрайтом у книзі «Оцінка власності»: «Для власника майна (активів) вартість його (їх) еквівалентна прямим й опосередкованим збиткам, котрі можуть мати місце внаслідок втрати даного майна (активів)». Це визначення повністю відповідає принципу альтернативності витрат при виборі та реалізації тих чи

інших можливостей: «Витрати, пов'язані зі здійсненням/реалізацією даного рішення, відповідають втраченій вигоді, котра могла б бути отримана у результаті реалізації найкращого з можливих альтернативних рішень».

У такій концепції вартість майна — це вартість його втрати. А яка ж тоді міра цієї вартості? Тут можливі три варіанти.

1. Відновлювана вартість (ВВ) представляє собою витрати щодо заміни даного активу. Можливим є визначення відновлюваної вартості: а) на базі первісної вартості; б) на базі залишкової вартості.

2. Ліквідаційна вартість (ЛВ) представляє собою дохід/збитки, можливі у випадку продажу даного активу: а) за вигідною ринковою ціною (з прибутком для продавця); б) за «вимушеною» ціною (нижче запитуваної продавцем ціни, а у ряді випадків — і нижче ціни купівлі).

3. Економічна вартість (ЕВ) — дохід/збитки, отримані при використанні даного активу. Економічна вартість може бути обрахована: а) за можливою виручкою чи прибутком від використання активу; б) за «альтернативним» доходом, котрий може бути отриманий від іншого, ніж зараз (у теперішній час), використання активу; в) за вартістю «на ходу» (the value of the asset to a firm, assuming that the firm will be a going entity).

Критерії вибору міри при оцінці й переоцінці активів

- | | |
|---------------------------|---|
| 1 випадок. $ЛВ > ЕВ > ВВ$ | } Оскільки $ЛВ > ЕВ$,
вигідніше продати майно, ніж користуватись ним. |
| 2 випадок. $ЛВ > ВВ > ЕВ$ | |
| 3 випадок. $ЕВ > ВВ > ЛВ$ | } Оскільки $ЕВ > ЛВ$,
вигідніше використати майно, ніж продати його. |
| 4 випадок. $ЕВ > ЛВ > ВВ$ | |
| 5 випадок. $ВВ > ЕВ > ЛВ$ | } Збитки від втрати активу визначаються його економічною вартістю. |
| 6 випадок. $ВВ > ЛВ > ЕВ$ | |
| | } Збитки від втрати активу визначаються його ліквідаційною вартістю. |

Отже, у першому і другому випадках максимальні збитки від втрати активу при його продажу визначаються відновлюваною вартістю, а не ліквідаційною, оскільки при купівлі іншого активу того ж типу фірма/підприємство зможе відшкодувати втрачену вигоду від активу, який продається, з підвищеної ліквідаційної вартості. Тому у обох

цих випадках переоцінка активів повинна здійснюватись за відновлюваною вартістю (ВВ).

У третьому й четвертому випадках збитки від втрати активу визначаються також відновлюваною вартістю, бо саме вона представляє собою суму, необхідну для поповнення даного активу з метою забезпечення необхідного потоку доходів.

У п'ятому випадку активи повинні бути оцінені за економічною вартістю (ЕВ).

У шостому випадку слід проводити оцінку активів за їх ліквідаційною вартістю (ЛВ).

Виключаємо з розгляду перший, другий і шостий випадки, оскільки на практиці відновлювана вартість активів не перевищує їх економічної вартості. Що залишається?

У третьому й четвертому випадках для оцінки/переоцінки активів використовують їх відновлювану вартість, а ще точніше — залишкову відновлювану вартість.

У п'ятому випадку для оцінки/переоцінки активів використовують їх економічну вартість, яка обчислюється як теперішня (поточна, приведена) вартість можливих доходів від використання даних активів.

Розглянемо приклад. Нехай ліквідаційна вартість підприємства містобудування (ЗБК, ДБК та ін.) оцінюється у 5,3 млн грн. У випадку ж реорганізації можливе отримання у середньому по 5 млн грн. чистого прибутку щорічно. Середня виважена вартість капіталу, яка включає інфляційну премію, дорівнює 90%. Що можна рекомендувати — ліквідацію чи реорганізацію підприємства?

Розв'язок. Обчислимо економічну вартість підприємства методом розрахунку капіталізованих процентів, тобто на основі пропорції:

$$\left\{ \begin{array}{l} 5 \text{ млн.грн.} - 90\% \\ \text{ЕВ} - 100\% \end{array} \right\} \Leftrightarrow \text{ЕВ} = \frac{5 \text{ млн.грн.} \times 100\%}{90\%} = 5,5 \text{ млн.грн.}$$

Тепер порівняємо економічну вартість підприємства з ліквідаційною:

$$\text{ЕВ} > \text{ЛВ}, \text{ оскільки } 5,5 \text{ млн.грн.} > 5,3 \text{ млн.грн.}$$

Маємо, таким чином, справу з третім або четвертим випадком, коли вигідніше не ліквідувати підприємство, а здійснити його санацію і дати йому можливість продовжувати роботу.

3. Інфляція і ринкова вартість підприємства містобудування.

Якщо фактичні темпи інфляції приблизно дорівнюють прогнозованим, а інвестори й кредитори, комерційні партнери, наймачі, а також працівники закладають приблизно однакові інфляційні очікування в умови надання коштів (рівень дивіденду, банківські ставки за кредитом), у ціни товарів (послуг), які постачаються і споживаються, й у ставки оплати праці, ринкова вартість підприємства змінюється у цілому у відповідності

з динамікою інфляційного процесу — кожний процентний пункт збільшення темпів інфляції веде до збільшення вартості підприємства на той самий один процентний пункт. Але якщо, як це практично завжди буває у реальному житті, фактичні темпи інфляції відрізняються від прогнозованих, динаміка ринкової вартості підприємства спотворюється, відхиляючись від «прямолинійної». Основними факторами цього спотворення є:

1. Дебіторська/кредиторська позиція підприємства.

2. Неоднакова швидкість зміни цін реалізації, витрат, амортизаційних відрахувань, вартості запасів в умовах інфляції (цей фактор грає значну роль і в умовах рівності прогнозованих і фактичних темпів інфляції).

Почнемо з дебіторської/кредиторської позиції. При прискорених темпах інфляції у порівнянні з прогнозованими позичальник буде у виграві, відшкодовуючи кредит у більшій, ніж очікувалось, степені знеціненими грошима. Якщо, наприклад, кредит був отриманий під 12% у місяць, з котрих 8% пунктів представляли собою інфляційну премію й 4% — реальну ставку проценту, а темп інфляції склав насправді 10%, тоді реальна ставка проценту виявляється рівною 2%, й у кредитора виникає втрачена вигода — той же збиток. Співвідношення інфляції у порівнянні з прогнозом буде мати протилежні наслідки — виграє кредитор. Таким чином, відхилення фактичного темпу інфляції від прогнозованого справить на фінансово-господарський стан і ринкову вартість підприємства різний вплив у залежності від того, чи є дане підприємство нетто-дебітором (грошові зобов'язання перевищують активи у грошовій формі) чи нетто-кредитором (активи у грошовій формі перевищують грошові зобов'язання).

Фінансово-господарський стан нетто-кредитора при прискоренні інфляції погіршується, знищується і ринкова вартість такого підприємства.

Але коли підприємство є нетто-дебітором, його фінансово-господарський стан може при прискоренні інфляції покращуватися. Тоді, по суті, підсилюється дія так званого фінансового лівериджа (фінансового важеля, дія котрого полягає у тому, що у підприємства — позичальника підвищується чиста рентабельність власних коштів і, внаслідок цього, дивідендні можливості) і, якщо виходити за припустимі межі фінансового ризику, є шанс суттєво нарощувати ринкову вартість підприємства. Інша справа, що у цьому другому випадку гроші можуть діставатись підприємству не менш важко, ніж у першому — і ми переходимо, таким чином, до проблеми відображення витрат у ціні, тобто до другого із зазначених вище факторів.

Проблема тут зводиться, з однієї сторони, до визначення степені чутливості витрат підприємства-споживача до зміни цін на сировину, ма-

теріали, енергію, транспортні та інші послуги, робочу силу і, з іншої сторони, до вияву рівня еластичності купівельного попиту на готову продукцію і послуги даного підприємства:

1) якщо є змога змінювати ціну реалізації готової продукції (послуг) при загальному зростанні цін та інфляції витрат, номінальна ринкова вартість підприємства також змінюється відповідно до темпу інфляції, оскільки реальна рентабельність капіталу залишається попередньою;

2) якщо ціни готової продукції/послуг реагують на інфляційні зміни швидше, ніж ціни витрат, ринкова вартість підприємства підвищується;

3) якщо ціни готової продукції реагують на інфляційні зміни повільніше, ніж ціни витрат, ринкова вартість підприємства знижується.

Апарат еластичності попиту підприємства містобудування на сировину та ін., і клієнтів — на готову продукцію (послуги) дозволяє вирішити багато проблем, пов'язаних з відхиленням фактичного темпу інфляції від прогнозованого. Нижче наведена, розроблена авторами даного дослідження, Таблиця 1, у якій відображена на якісному рівні динаміка ринкової вартості підприємства містобудування у залежності від динаміки інфляційних процесів, котрі відбуваються в державі. Вказана динаміка ринкової вартості базується на даних про динаміку цін витрат і готової продукції, а також на основі того, прискорюються чи сповільнюються інфляційні процеси у країні. Подібна ситуація чітко проглядається в сучасній Україні за триваючої війни з РФ.

Продовжуючи розгляд основних факторів інфляційного спотворення ринкової вартості підприємства містобудування, перейдемо до амортизаційних відрахувань. Амортизаційні відрахування базуються на вартості купівлі основних активів — це тривіально. Але при інфляції відновлювана вартість основних активів перевищує вартість їх купівлі, тому у економічному сенсі нарахування амортизації на основі первісної вартості основних засобів призводить до переплати податку на прибуток, і накопичена амортизація не забезпечує у кінцевому випадку нормального відновлення засобів виробництва. Це, безумовно, знижує ринкову вартість підприємства містобудування.

По суті, ту ж роль відіграють і запаси, особливо при використанні метода FIFO: балансова вартість запасів виявляється меншою вартості їх поповнення, оподатковуваний прибуток завищений, а ринкова вартість підприємства містобудування занижена. Гострота проблеми може бути пом'якшена використанням методу LIFO для врахування запасів. Тоді є шанс у більшій степені пов'язати балансову вартість запасів з вартістю їх відновлення й мінімізувати заниження ринкової вартості підприємства містобудування.

Насамкінець, слід присікти спроби деяких осіб, котрі претендують на всезнання (т.з. «екс-

Таблиця 1

Ринкова вартість підприємства містобудування і динаміка інфляції

Дані про динаміку цін витрат і готової продукції	Ринкова вартість підприємства	
	При прискоренні інфляції	При сповільненні інфляції
Зміна цін витрат і готової продукції слідує за динамікою інфляції.	Змінюється пропорційно динаміці інфляції	
Збільшення цін готової продукції випереджає збільшення цін витрат (при цьому еластичність попиту на готову продукцію/послуги менше еластичності попиту на сировину, енергію та ін.).	Зростає, випереджаючи динаміку інфляційного процесу.	Зростає сповільненими темпами у порівнянні з динамікою інфляції.
Зміна цін витрат випереджає зміну цін готової продукції (при цьому еластичність попиту на готову продукцію більше еластичності попиту на сировину, енергію та ін.).	Зростає сповільненими темпами порівняно з динамікою інфляції, або не зростає взагалі, а у важких випадках нижче, ніж номінальна сума базового періоду.	Зростає, випереджаючи динаміку інфляційного процесу.

Джерело: розроблено авторами

пертів» — їх, як службовців, багато у всіх банках України), пропонуючи публіці (звичайним вкладникам власних грошей у банки) інвестувати свої кошти в сумнівні інвестиційні проекти. При цьому останні вводяться не тільки в оману, але й матимуть суттєві втрати завдяки «порадам» вкладати кошти під проценти, які не забезпечують протиінфляційного захисту цих інвестицій. «Поради» ці засновані на, м'яко кажучи, некоректному обрахуванні річного рівня інфляції за місячними її темпами й на подальшому порівнянні занижених таким способом темпів зростання інфляції з середнім процентом по депозитним вкладкам. Щоб не бути голослівними, наведемо кілька прикладів.

Приклад 1. Нехай середні за місяць темпи інфляції складають 9%. «Експерти» не ускладнюють своє життя розрахунками: якщо ціни зростають кожний місяць на 9%, тоді за рік темп інфляції немовби складе $9\% \times 12 = 108\%$. Відповідно, на думку таких «експертів», депозит під 120–150 процентів річних стає насамкінець вигідним. На справді, **обчислення річного темпу інфляції необхідно здійснювати за формулою складних процентів по аналогії з тим, як це робиться при розрахунку майбутньої вартості грошей.** Адже, якщо, наприклад, у січні ціни зросли на 9%, то у лютому нові інфляційні 9% нашаровуються на старі, січні, а березень накручує свої 9% і на січневий, й на лютневий проценти інфляції. Історія повториться,

на жаль, у всіх наступних місяцях року. Відповідно, за рік процент інфляції складе:

$$(1 + 0,09)^{12} - 1 = 1,813 \text{ або } 181,3\%.$$

Вже на цьому етапі обчислень виявляється очевидна не вигідність вкладання навіть під 150%, але ми педантично розраховуємо реальну ставку дохідності за формулою, яка виведена з повного варіанту формули І. Фішера [9,10,12]:

$$R = \frac{r - \alpha}{1 + \alpha} = \frac{1,5 - 1,813}{1 + 1,813} = -0,11. \quad (3)$$

У формулі (3) введені наступні позначення: R — реальна річна ставка дохідності, r — номінальна річна ставка дохідності, α — річний темп інфляції.

Нагадаємо, що формула І. Фішера [9,10] має наступний вид:

$$(1 + r) = (1 + R)(1 + \alpha) = 1 + R + \alpha + R \cdot \alpha \Leftrightarrow \Leftrightarrow r = R + \alpha + R \cdot \alpha. \quad (4)$$

З формули І. Фішера впливає формула для R (3), а також наступна формула для α :

$$\alpha = \frac{r - R}{1 + R}. \quad (5)$$

Приклад 2. Визначимо на макроекономічному рівні річний процент інфляції в Україні у 2022 р. й розрахуємо середню реальну ставку дохідності банків України, знаючи, яку середню річну номінальну ставку ці банки пропонували у минулому

Таблиця 2

Зведена таблиця індексів споживчих цін у 2022 р. (%)

Місяць	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	За рік
2022	101,3	101,6	104,5	103,1	102,7	103,1	100,7	101,1	101,9	102,5	100,7	100,7	126,6

* значення індексу надаються у відсотках відносно попереднього місяця

Джерело: <http://www.ukrstat.gov.ua>

році (2022 р.). Використаємо для розрахунків дані Таблиці 2.

Використовуючи дані Таблиці 2, маємо річний процент інфляції у 2022 р.

0,266 або 26,6%. Відомо, що, згідно з оглядом НБУ банківського сектору у листопаді 2022 р., процентні ставки за депозитами населенню України склали 11,5% річних. Тому, для визначення реальної ставки дохідності по формулі (3) маємо: $\alpha = 0,266$; $r = 0,115$. У цій ситуації величина реальної ставки дохідності по депозитним вкладом населення у банках України складала (у кінці 2022 р.):

$$R = \frac{0,115 - 0,266}{1 + 0,266} = -0,095.$$

Цей результат ($R < 0$) означає, що депозитні вклади населення у банках України у цей період часу були без доходу. Наведені розрахунки свідчать про те, що існувала 9,5% — збитковість подібної інвестиційної операції, котру так вихваляли (через рекламу) зазначені «експерти».

Разом з тим, кредити банки України видавали у цей період часу під 30% річних, тому дохідність подібних операцій для банків склала:

$$R_{\text{кредитування}} = \frac{0,30 - 0,266}{1 + 0,266} = 0,090 \Leftrightarrow 9\% \text{ річних.}$$

Цей результат свідчить про дохідність операцій кредитування підприємств і населення з боку банків України. Для того, щоб таку дохідність мало населення України по депозитним вкладом треба було б банкам пропонувати 30% — річних по таким операціям. Зрозуміло, що банки цього не зроблять, оскільки їм прийдеється суттєво підвищити річну ставку кредитування, а тоді ніхто не буде до них звертатись за кредитами.

Для визначення реальної річної дохідності операцій банку в умовах інфляції можна використати наступну формулу:

$$\begin{aligned} R_{\text{дохідності}} &= R_{\text{кредитування}} - R = \\ &= \frac{r_{\text{кредитування}} - \alpha}{1 + \alpha} - \frac{r - \alpha}{1 + \alpha} = \\ &= \frac{r_{\text{кредитування}} - r}{1 + \alpha}. \end{aligned} \quad (6)$$

У формулі (6) введені наступні позначення: $R_{\text{дохідності}}$, $r_{\text{дохідності}}$ — реальна та номінальна річна ставка дохідності операцій кредитування банком, відповідно; R , r — реальна та номінальна річна ставка дохідності вкладників банку за депозитами, відповідно; α — річний процент інфляції. (Всі ставки у даній формулі визначені у частинах одиниці). Зазначимо, що за відомої (або прогнозованої) величини темпів інфляції у i -му місяці року, $i = (1, 12)$, яку позначимо α_i (теж у частинах одиниці), величину α можна визначити за формулою:

$$\alpha = \prod_{i=1}^{12} (1 + \alpha_i) - 1. \quad (7)$$

Висновки

1. Обґрунтований підхід та методика врахування інфляційних факторів у фінансовому аналізі й при оцінці активів підприємства містобудування.

2. Запропонований науково обґрунтований підхід і методика розрахунків ринкової вартості підприємства містобудування за різних ситуацій на ринку інвестицій.

3. Результати даного дослідження можуть бути у подальшому використані для вимірювання й аналізу ефективності складних систем, при моделюванні інвестиційних процесів, де послідовність вкладень й (або) віддачі складається з окремих ділянок зі специфічними розподілами (і в умовах інфляції). У таких випадках доцільно застосовувати й розробляти спеціальні економіко-математичні моделі. Основні переваги використання таких моделей полягають у одночасному врахуванні у моделі великої кількості вимог, умов та пропозицій, а також у відомій свободі переогляду цих умов у ході роботи з моделлю, сумісності отримуваних по моделі системи показників, можливості отримання варіантів поведінки явища, що вивчається, для широкого діапазону і сполучень вихідних умов і припущень (наприклад, варіантів економічного розвитку, стану валютно-грошового ринку, рівня та темпів інфляції і т.д.).

Література

1. Нікбахт Е., Гроппеллі А. Фінанси. К.: Вік; Глобус, 1992. 383 с.
2. Бланк І.А. Інвестиційний менеджмент. К.: МП «ІТЕМ» ЛТД, «Юнайтед Лондон Трейд Лімітед», 1995. 448 с.
3. Райс Т., Койлі Б. Фінансові інвестиції і ризик. К.: Торгов.-видавн. бюро ВНУ, 1995. 592 с.
4. Ястремський О.І. Моделювання економічного ризику. К.: Либідь, 1992. 176 с.
5. Moore P.G. The business of risk. Cambridge, 1983. 375 p.
6. Вітлінський В.В., Наконечний С.І. Ризик у менеджменті. К.: Тов «Борисфен — М», 1996. 336 с.
7. Вітлінський В.В. Аналіз, оцінка і моделювання економічного ризику. К.: КДЕУ, 1996. 176 с.
8. Лапішко М.П. Основи фінансово-статистичного аналізу економічних процесів. Львів: Світ, 1995. 328 с.

9. Пасенченко Ю.А. Фінансова математика. К.: Наша справа, 1998. № 2. 62 с.
10. Пасенченко Ю.А. Методи фінансових розрахунків. К.: ВШЕДА «АЖІО — Коледж», 2000. 136 с.
11. Кульпінський С. Оцінка інфляційних очікувань на фінансовому ринку України. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2017. № 1. С. 94–104.
12. Зайцев О.В. Розвиток моделі врахування інфляції за формулою І.Фішера. Механізм регулювання економіки. 2012. № 4. С. 159–169.
13. Коваль Н.В. Обґрунтування величини дисконтної ставки для розрахунку прогнозової ефективності інвестиційних проєктів в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2010. № 9. С. 9–13.
14. Кубецька О.М., Остапенко Т.М. Проблемні аспекти оцінки ефективності реальних інвестицій. Економіка та управління підприємствами. 2019. Вип. 42. С. 92–96.
15. Лондар С., Лондар Л., Гайдук І. Можливості державних фінансових інструментів, індексованих на рівень інфляції. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2022. Т. 4(55). С. 83–92.
16. Керімов П.О. Особливості оцінки безризикової процентної ставки в умовах України. Фінанси України. 2019. № 8. С. 61–74.
17. Терещенко О.О. Ставка дисконтування у прийнятті фінансово-інвестиційних рішень. Фінанси України. 2010. № 9. С. 77–90.
18. Markowitz H. Portfolio Selection. Efficient Diversification of Investments. N. Y. John Wiley and Sons, 1959. 129 p.
19. Скоморович І.Г. Вплив інфляції на діяльність фінансових установ в Україні. Економіка. Фінанси. Право. 2019. № 10. С. 32–35.
20. Круш П.В., Клименко О.В. Інфляція: суть, форми та її оцінка. К.: Центр учбової літератури, 2010. 288 с.
21. Драпівковський О.І., Іванова І.Б. Методи аналізу витрат життєвого циклу нерухомості // Просторовий розвиток. К.: КНУБА, 2022. Вип. № 1. С. 140–156.
22. Човнюк Ю.В., Чередніченко П.П., Кравчук В.Т., Маляр В.А. Кількісний фінансовий аналіз оренди обладнання підприємств міського будівництва і господарства // Просторовий розвиток. К.: КНУБА, 2022. Вип. № 2. С. 160–180.
23. Човнюк Ю.В., Чередніченко П.П., Остапущенко О.П., Міщенко О.Д. Підвищення ефективності управління оборотними активами та короткотерміновими зобов'язаннями підприємств містобудування // Містобудування та територіальне планування. К.: КНУБА, 2023. Вип. № 82. С. 324–340.

References

1. Nikbakht E., Hroppelli A. Finansy. K.: Vik; Hlobus, 1992. 383 s. [in Ukrainian]
2. Blank I.A. Investytsiyni menedzhment. K.: MP «ITEM» LTD, «Iunaited London Treid Limited», 1995. 448 s. [in Ukrainian]
3. Rais T., Koili B. Finansovi investytsii i ryzyk. K.: Torhov.-vydavn. biuro BHV, 1995. 592 s. [in Ukrainian]
4. Yastremskyi O.I. Modeliuvannya ekonomichnoho ryzyku. K.: Lybid, 1992. 176 s. [in Ukrainian]
5. Moore P.G. The business of risk. Cambridge, 1983. 375 p. [in English]
6. Vitlinskyi V.V., Nakonechnyi S.I. Ryzyk u menedzhmenti. K.: Tov «Borysfen — M», 1996. 336 s. [in Ukrainian]
7. Vitlinskyi V.V. Analiz, otsinka i modeliuvannya ekonomichnoho ryzyku. K.: KDEU, 1996. 176 s. [in Ukrainian]
8. Lapishko M.P. Osnovy finansovo-statystychnoho analizu ekonomichnykh protsesiv. Lviv: Svit, 1995. 328 s. [in Ukrainian]
9. Pasenchenko Yu.A. Finansova matematyka. K.: Nasha sprava, 1998. № 2. 62 s. [in Ukrainian]
10. Pasenchenko Yu.A. Metody finansovykh rozrakhunkiv. K.: VShEDA «AZhIO — Koledzh», 2000. 136 s. [in Ukrainian]
11. Kulpynskyi S. Otsinka inflatsiynykh ochikuvan na finansovomu rynku Ukrainy. Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo. 2017. № 1. S. 94–104. [in Ukrainian]
12. Zaitsev O.V. Rozvytok modeli vrakhuvannya inflatsii za formuloiu I.Fishera. Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky. 2012. № 4. S. 159–169. [in Ukrainian]
13. Koval N.V. Obgruntuvannya velychyny dyskontnoi stavky dlia rozrakhunku prohnoznoi efektyvnosti investytsiynykh proektiv v Ukraini. Investytsii: praktyka ta dosvid. 2010. № 9. S. 9–13. [in Ukrainian]
14. Kubetska O.M., Ostapenko T.M. Problemni aspekty otsinky efektyvnosti realnykh investytsii. Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy. 2019. Vyp. 42. S. 92–96. [in Ukrainian]
15. Londar S., Londar L., Haiduk I. Mozhyvosti derzhavnykh finansovykh instrumentiv, indeksovanykh na riven inflatsii. Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky. 2022. T. 4(55). S. 83–92. [in Ukrainian]
16. Kerimov P.O. Osoblyvosti otsinky bezryzykovoi protsentnoi stavky v umovakh Ukrainy. Finansy Ukrainy. 2019. № 8. S. 61–74. [in Ukrainian]
17. Tereshchenko O.O. Stavka dyskontuvannya u pryiniatti finansovo-investytsiynykh rishen. Finansy Ukrainy. 2010. № 9. S. 77–90. [in Ukrainian]

18. Markowitz H. Portfolio Selection. Efficient Diversification of Investments. N. Y. John Wiley and Sons, 1959. 129 p. [in English]
19. Skomorovych I. H. Vplyv infliatsii na diialnist finansovykh ustanov v Ukraini. Ekonomika. Finansy. Pravo. 2019. № 10. S. 32–35. [in Ukrainian]
20. Krush P. V., Klymenko O. V. Inflitsiia: sut, formy ta yii otsinka. K.: Tsentр uchbovoi literatury, 2010. 288 s. [in Ukrainian]
21. Drapikovskiy O. I., Ivanova I. B. Metody analizu vytrat zhyttievoho tsyklu nerukhomosti // Prostorovyi rozvytok. K.: KNUBA, 2022. Vyp. № 1. S. 140–156. [in Ukrainian]
22. Chovniuk Yu. V., Cherednichenko P. P., Kravchuk V. T., Maliar V. A. Kilkisnyi finansovyi analiz orendy obladdannia pidpriemstv miskoho budivnytstva i hospodarstva // Prostorovyi rozvytok. K.: KNUBA, 2022. Vyp. № 2. S. 160–180. [in Ukrainian]
23. Chovniuk Yu. V., Cherednichenko P. P., Ostapushchenko O. P., Mishchenko O. D. Pidvyshchennia efektyvnosti upravlinnia oborotnymy aktyvamy ta korotkotermynovymy zobov'iazanniamy pidpriemstv mistobuduvannia // Mistobuduvannia ta terytorialne planuvannia. K.: KNUBA, 2023. Vyp. № 82. S. 324–340. [in Ukrainian]

UDC [659.113.7+ 659.442]:659.127.41

Kolesnyk Bohdan

*Postgraduate Student of the
Kyiv National University of Technologies and Design*
ORCID: 0000-0003-0912-3835

Zolkover Andriy

*Doctor of Science in Economics, Associate Professor
Kyiv National University of Technologies and Design*
ORCID: 0000-0002-8176-1850

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8780

МАРКЕТИНГ

CONDUCTING A NATIONAL DIGITAL ADVERTISING CAMPAIGN UNDER CONDITIONS OF UNCERTAINTY

ПРОВЕДЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ДІДЖИТАЛ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Summary. The subject of the study is an analysis of the national advertising campaign of an international brand using digital marketing tools within the framework of strategic marketing communications and brand management; digital marketing tools are considered as part of the company's marketing communications strategy.

The purpose of the study is to consider the stages of a national advertising campaign, to characterise the features of digital marketing tools; to compare the effectiveness of digital marketing methods used to maximise the coverage of the target audience and promote brand values in the context of strategic marketing communications; to study the issues of evaluating the effectiveness of such digital advertising campaigns.

Research methods. The study uses the dialectical method of scientific knowledge, the method of analysis and synthesis, the comparative method, the method of data generalisation, the method of expert evaluation, and the monitoring method.

Results of the work. This paper defines the place and role of digital tools in the framework of a national advertising campaign in the context of the war in Ukraine and uncertainty in society. Using the example of a relevant advertising campaign of an international brand present in the Ukrainian market, the paper outlines strategies and approaches to conducting national campaigns with the aim of informing, improving the brand image, etc. The paper also considers the issues of evaluating the effectiveness of digital advertising campaigns, provides examples of evaluation using econometric models and include proposals for conducting relevant marketing research. The paper describes the media and analyses their relevance in the modern information field, conducts a comparative analysis of their effectiveness based on the experimental experience of cooperation with representatives of medium and large businesses. Proposals for effective methods of conducting image advertising campaigns and assessing their impact on consumers are presented.

Conclusions. The results of the study are as follows: a set of strategies for effective national digital advertising campaigns that can be applied to international brands in conditions of market uncertainty is identified; possible measures for analysing the effectiveness of the reviewed campaign are proposed.

Key words: digital marketing, national advertising campaign, image advertising, brand management, advertising effectiveness assessment.

Анотація. Предметом дослідження є аналіз національної рекламної кампанії міжнародного бренду засобами діджитал маркетингу в рамках стратегічних маркетингових комунікацій та бренд-менеджменту; розглядаються інструменти діджитал маркетингу як частина комплексу стратегії компанії щодо маркетингових комунікацій.

Мета дослідження – розгляд етапів проведення національної рекламної кампанії, надання характеристики особливостям інструментарію діджитал маркетингу; порівняння ефективності методів діджитал маркетингу, які застосовуються з метою

максимального охоплення цільової аудиторії та просування цінностей бренду в контексті стратегічних маркетингових комунікацій; вивчення проблематики оцінки ефективності подібних діджитал рекламних кампаній.

Методи дослідження. У роботі використані діалектичний метод наукового пізнання, метод аналізу і синтезу, порівняльний метод, метод узагальнення даних, метод експертних оцінок, метод моніторингу.

Результати роботи. В даній статті визначено місце та роль діджитал інструментарію в рамках проведення національної рекламної кампанії в умовах війни в Україні та невизначеності в суспільстві. На прикладі відповідної рекламної кампанії міжнародного бренду, що присутній на ринку України, окреслені стратегії та підходи до проведення національних кампаній з метою інформування, покращення іміджу торгової марки тощо. Окремо розглянуто проблематику оцінки ефективності діджитал рекламних кампаній, наведені приклади оцінки із застосуванням економетричних моделей та пропозиції щодо проведення відповідних маркетингових досліджень. Складено характеристику засобам медіа та проаналізовано їх актуальність в інформаційному просторі сьогодення, проведено порівняльний аналіз їх ефективності на основі експериментального досвіду співпраці із представниками середнього та великого бізнесу. Викладено пропозиції щодо ефективних методів проведення іміджевих рекламних кампаній та оцінки їх впливу на споживачів.

Висновки. Результатами проведеного дослідження стали наступні висновки: виокремлено набір стратегій ефективного проведення національної діджитал рекламної кампанії, які можуть бути застосовані до міжнародних брендів в умовах невизначеності на ринку; запропоновані можливі заходи для аналізу ефективності проведеної кампанії.

Ключові слова: діджитал маркетинг, національна рекламна кампанія, іміджева реклама, бренд-менеджмент, оцінка ефективності реклами.

Problem statement. Nowadays, digital advertising provides marketers with unparalleled innovation. In order to achieve great success in this field, it is important to have a thorough understanding of the principles underlying the market and the advantages it can provide. Today, companies have the ability to advertise to specific groups of individuals with customized commercial messages, in designated locations, at predetermined times, and in various formats. Digital advertising offers superior targeting and relevance to consumers, personalized ad content, sales programmed using real-time auctions, and measurement of advertising contacts for individual consumers, considering their various online and offline response behaviours, when compared to traditional advertising. Undoubtedly, the most significant advantage of digital advertising is its ability to be measured. Marketers can accurately determine how many individuals have viewed an advertisement and how many have engaged in other conversion actions. All of these features have resulted in a significant reduction in marketing costs. In 2018, digital advertising revenues reached \$108 billion, an increase of 117% from 2014. [28].

Utilizing social media campaigns presents an organization with the opportunity to not only inform users, understand their evolving information and cognitive needs, receive feedback, and monitor user interest in the organization and its products or services, but also comes with certain challenges. One of the key issues is how to evaluate the efficacy of social media campaigns and how to enhance them in a dynamic environment. This leads to a number of difficulties, including the challenge of reconciling the differing approaches of researchers and practitioners to evaluate the effectiveness of social media advertising campaigns. Due to the novelty and dynamism of the subject matter, it is

difficult for researchers to identify a comprehensive approach. Therefore, such studies typically address the complexity of evaluating the effectiveness of social media advertising campaigns when approaches, factors, and evaluation criteria are in a constant state of flux. Researchers may also have different assessments and interpretations of the factors that influence the effectiveness of social media advertising campaigns. Hence, the question is: how to analyse the results and effectiveness of a national digital campaign, including but not limited to brand image marketing communications? This issue needs to be researched.

Analysis of contemporary studies. The problematics of advertising campaigns that use digital marketing tools is considered by scientists and industry experts in Ukraine and, primarily, in developed Western countries in various aspects: studying social networks and advertisers' opportunities to use their advertising platforms (Ashley, C.; Tuten, T.; Felix, R.; Rauschnabel, P.A.; Hinsch, C; Penni, J.; Killian, G.; McManus, K.), the effectiveness of measuring the results of social media campaigns (Albarran, A.B.; Liu, J.H.; Shi, W.; Elrahman, O.A.; Ban, X.; Reilly, J.M.), effective branding and the "word of mouth" phenomenon (Morhart, F.; Maldr, L.; Guivremont, A.; Morrissey, B.; Gicquel, Y.; Creamer, M.), relationship marketing and brand management on social networks (Keller, K.; Kotler, P.; Sudha, M.; Sheena K.; Khamis. S; Ang. L; Welling. R), measuring the advertising effect and comparing the effectiveness of advertising media (Benes, R.; Lewis, R.A.; Daniel Nguyen; Justin M.R; David H.R.). At the same time, given the lack of a systematic study of digital marketing strategies, including the processes of managing and evaluating advertising campaigns focused on the use of digital tools, the subject requires further research.

Definition of objectives. The purpose of this paper, as a part of scientific research, is to define the stages of a national digital advertising campaign, study the problems of applying appropriate marketing strategies, and compare the effectiveness of advertising tools within such a campaign.

Presentation of the primary material. The ubiquity and versatility of social media allows organisations to reach their target audience and, using appropriate marketing and communication tools, not only deliver information but also build relationships with customers, establish dialogue, and offer products or services that best meet their individual and ever-changing needs. It is known that almost 50% of the world's population uses social media, which is more than 3 billion users worldwide [14]. Each user spends an average of 2 hours and 25 minutes on social media and messaging [23]. Millennials are online on social media for an average of 2 hours and 38 minutes every day, while Generation Z uses social media for 2 hours and 55 minutes [32]. Social networks are divided not only by topic and purpose, but also by size: Facebook has more than 1.8 billion active users, YouTube — 1 billion, Instagram — 600 million, Twitter — 300 million and LinkedIn — 100 million [8].

In the realm of management and marketing disciplines, social networks have been assigned with the responsibilities of enhancing an organization's or product's image, encouraging users to share the content of an advertising campaign, decreasing marketing costs, and boosting sales [3]. Researchers have identified several benefits of social media for users such as motivating them to be more active, generating and sharing informative content, which can potentially lead to discussions about everyday problems among users [27]. Social media enables the rapid dissemination of information due to the significance of relationships and the frequency of communication. Moreover, social platforms facilitate the acquisition of new skills and self-expression [11], the creation of communities, the establishment of relationships within interest groups, and the exchange of information at various levels. This renders advertising campaigns particularly pertinent to specific audiences [24].

Killian et al. [11] conducted a study that examined the elements contributing to maintaining customer relationships, highlighting key factors that impact the evaluation of social media. These factors encompass the ability to perceive customer needs, develop customer relationships, comprehend the reasons for customers' following, engage customers through creative ideas, and capture and maintain customer attention through entertaining techniques such as contests, games, and other forms. Researchers also place emphasis on the importance of interactivity, allowing customers to control aspects of communication such as time, content, and channel. Albarran [2], in his study, identified significant cri-

teria for measuring social media performance based on aspects such as financial targets, audience reach, awareness, and content management. In evaluating the effectiveness of business-to-consumer interaction, Liu et al. [31; 21] focused on utilizing indicators such as brand awareness (the ratio of the number of brand mentions to the total number of brands and competitors mentioned), consumer engagement (the ratio of the number of reviews, shares, and comments to the total number of views), and brand discussion rate (the ratio of the number of times the brand was mentioned to the total number of users).

The initial stage of a national digital campaign is to set goals and evaluate the effectiveness of achieving them. Sales and profits are the measure of the effectiveness of most advertising campaigns. A study by Jurgita et al. [9] shows the average expectations of businesses from such campaigns. A survey of 83 business experts found that the average social media advertising campaign lasts more than 30 days. The majority of experts (68%) spend more than $\square 1,000$ on average on a social media advertising campaign; more than half of the business representatives (54%) who participated in the survey said that they had more than 7,000 loyal followers before launching a large-scale social media advertising campaign. The study found that the more experience an expert has in running social media advertising campaigns, the more loyal customers they have. For the majority of experts (64%), it took two to three business days to evaluate the effectiveness of an advertising campaign on social media.

Experts stressed that when evaluating the effectiveness of social media advertising campaigns, they face the problem of the lack of universal tools, and therefore integrate such tools as Facebook Ads Manager and Google Analytics. According to experts, the Facebook Ads Manager platform does not provide an accurate assessment of conversions and sales, and orders can only be seen on the Google Analytics platform, but there is a problem here as well, as rejected orders are also taken into account. For the above reasons, most business managers use measurement systems developed by the organisation or independently, as there is a need to obtain accurate information about how many consumers saw the advertising campaign, how many of them purchased the product or service offered by the organisation, how many of them shared the message, and other aspects. Such evaluation systems pay most attention to the implementation of a plan, the number of sales and the payback of an advertising campaign. [9]. Out of 39 main evaluation factors, company managers identified the key factors for assessing the effectiveness of advertising campaigns on social media: sales, content reach, website traffic, impressions, frequency, relevance score, leads, and audience growth, while the least important for experts were the cost per click and the number of repeat visits (figure 1).

In the case of a brand image campaign, it is more difficult to determine performance indicators. The objective of image advertising is not merely to inform the consumer of a product’s rational characteristics, but rather to shape their evaluation of the product, service, or brand directly or indirectly as a whole. Therefore, conventional evaluation metrics such as sales are not particularly relevant in this context. According to Morhart, Małdr, and Guivremont [25], in order to effectively establish a brand, marketers must have a deep understanding of the authenticity of their branded products or services, as well as the drivers and outcomes associated with it. As such, both scholars and practitioners recognize the importance of authenticity in shaping consumer behaviour and branding strategies.

Let us explore the issues of conducting a national digital campaign on the example of the campaign of brand “A”. Company “A” is an actually existing organization, but the name has been changed for commercial security reasons. Before considering the problem of evaluating the effectiveness of the campaign, it is necessary to understand the specifics of the business of company “A”, which sells products with deferred demand (sanitary ware and fittings). This organisation is a representative of an international brand in Ukraine and as a representative does not engage in direct sales; the main function of the organisation is to interact with distributors and importers of goods, as well as brand management in the entrusted market of the country. Sanitary ware cannot be classified as FMCG, as a consumer

may re-purchase products once in 5–10 years; many parties influence the purchase decision, including installers (plumbers), store consultants, designers and architects, and the choice of a particular brand at the last stage may be spontaneous and influenced by many factors, including the timeframe for decision-making. That is why company “A” needs its brand to remain “Top-of-mind” for consumers (maximum possible awareness, supported by the necessary brand qualities), and for a period of 5–10 years. All this makes it optimal for the company to conduct long-term image advertising campaigns.

In the context of the war in Ukraine, company “A” decided to conduct a brand image campaign with a social and patriotic context that would be remembered by consumers for a long time. The main goal of the advertising campaign was to highlight the brand’s social initiative to support public institutions, vocational education, and ordinary households (through the establishment of special prices for product bundles in Ukraine). The main goal of the campaign was to reach several target groups, namely: professionals in the industry (plumbers, shop assistants), young professionals, and a wide range of consumers interested in home renovation. Given the limited budget (20,000 euros), out-of-home and TV advertising was deemed impractical, so the entire budget was distributed among digital advertising. The target indicators were defined as: coverage, number of ad views, traffic to the website page with information about the social initiative, as well as the number of applications (leads) from

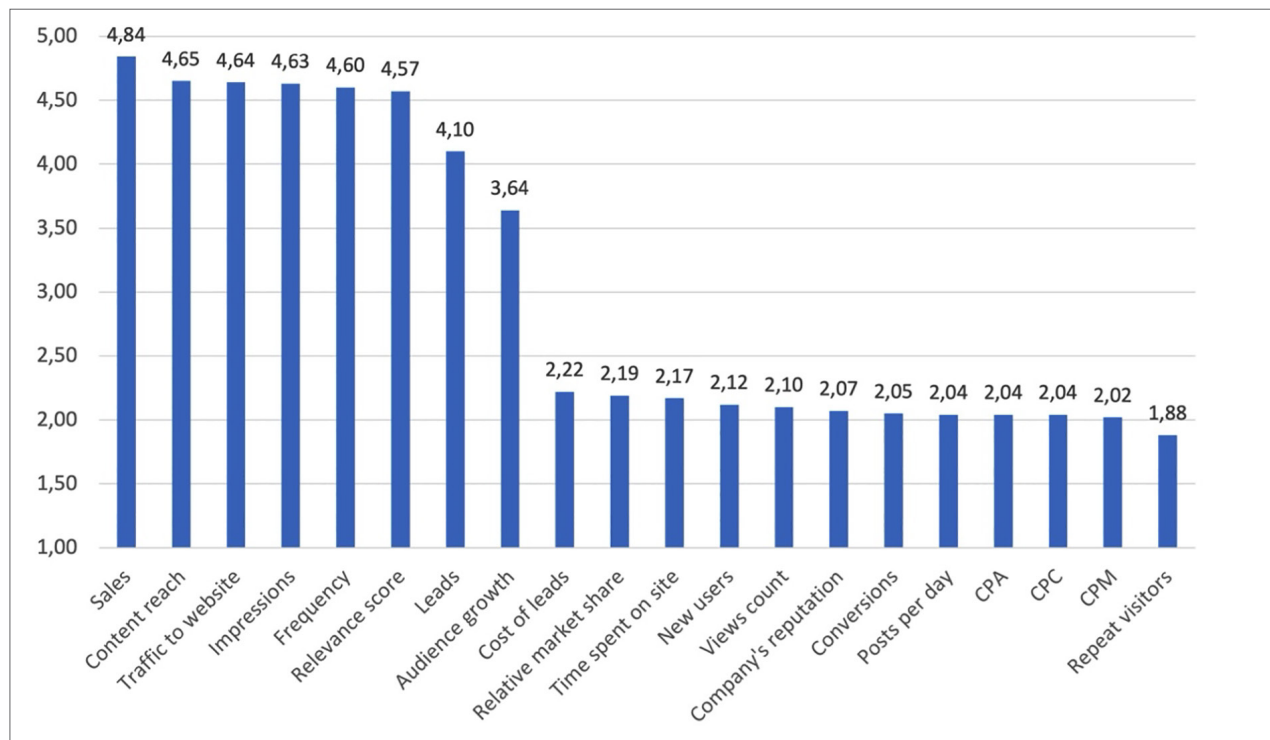


Fig. 1. Factors for managers to evaluate advertising campaigns in social media
Source: based on [9]

representatives of state-owned utilities to participate in this social initiative.

The following marketing communication channels were selected based on the defined indicators: advertising on Facebook and Instagram, display ads on the Google Display Network (GDN), advertising on YouTube (showing videos about the brand initiative), news on partner portals (industry associations), banner advertising in partners' online stores, and news channels on the Telegram messenger. Telegram channels have replaced press releases, which in the past have shown extremely low coverage per dollar spent.

Since the company buys most of its advertising through intermediaries, working with Telegram channels, without such previous experience, seemed risky to managers. The reason for cooperation was the change in communication channels in society during the war. Sociological studies show that news channels in messengers have come close to the influence of television for the first time in the history of the Ukrainian media market (the so-called "TV nation") [1]. Although this phenomenon can be explained by the war in Ukraine (and the need to get information quickly), the influence of messengers on the media space is growing everywhere. Compared to social networks, messenger users decide who they want to read and in what order (since there is no algorithmic feed), which undoubtedly affects the relevance of information received and a desire to share it. Organisational problems of interacting with Telegram channels should be noted separately, given that Telegram is an anonymous media. The company's managers complained about problems with payments and accounting for advertising purchases; tracking advertising results is also problematic due to the lack of a single advertising account in Telegram systems (analytics is possible through third-party services). In this context, it is also important to choose specific Telegram channels based on the audience to be attracted: general news channels for a wide audience, professional channels to solve problems of attracting specific followers (for example, "Union of plumbers" channel). Company "A" was also approached by representatives of television for free coverage of the social initiative; this allows this study to compare the results of image advertising on television with its new substitute.

In previous studies by the authors [18], using the example of company "A", it was proved that opinion leaders (bloggers) are extremely important in the complex of digital marketing tools as part of buzz marketing ("word of mouth"). In the case of buzz marketing, the authors follow Morrissey's definition [26]: "Buzz marketing is like a virus, spreading under the best of circumstances with a pre-determined purpose, conveying a message to people who like to surround themselves with products and services that carry that message". At the same time, company

"A" did not include bloggers ("influencers") in the list of media for this national campaign. This can be explained, first of all, by the social topic of the national campaign, as well as the emphasised positioning of the brand's "seriousness". It is important to understand that influencer marketing focuses on using influencers on social media to promote a brand's message and reach the target market. Influencers are people who have accumulated a large number of followers on social media and are perceived as authoritative and influential in one or more niche markets [30]. On the one hand, traditional media, and even traditional digital marketing, including sponsored posts, pop-up ads, etc., should, according to researchers, be complemented by influencer marketing if they want to achieve the desired results in the media space [17]. Nevertheless, as we can see, there are some limitations to using this approach.

The use of endorsements has been a long-standing marketing tactic for influencing public opinion. It is a tool that has been utilized by politicians to shape political agendas and by advertisers to promote their products and services [15]. The concept behind this approach is that individuals perceive these public figures as role models, and as a result, are more likely to believe them and support their ideas. Endorsements can be a cost-effective and efficient way for companies to develop and maintain a good reputation [13; 15]. However, given the current context of the war in Ukraine, characterized by uncertainty and strong societal divisions, company "A" may find it challenging to identify an influencer who would not pose additional reputational risks, such as potential association with controversial political views or past controversial publications. In general, there is a significant difference between consumers who see advertising on social media and consumers who receive advertising messages from influencers; in previous studies by the authors [18], the conceptual framework for working with opinion leaders was defined, as shown in figure 2. The following hypotheses were put forward:

- advertising posts from influencers generate more followers than direct advertising using social media tools;
- advertising posts from influencers generate more sales than direct advertising using social media tools;
- there is a significant difference in the intentions of consumers who see direct advertising and those who see advertising posts from influencers.

In particular, the authors proved that the best option in terms of attracting a larger audience for a brand is precisely tuned targeted direct advertising through social media. With this in mind, the hiring of influencers was excluded from the planning process of the national digital campaign serving the brand of company "A".

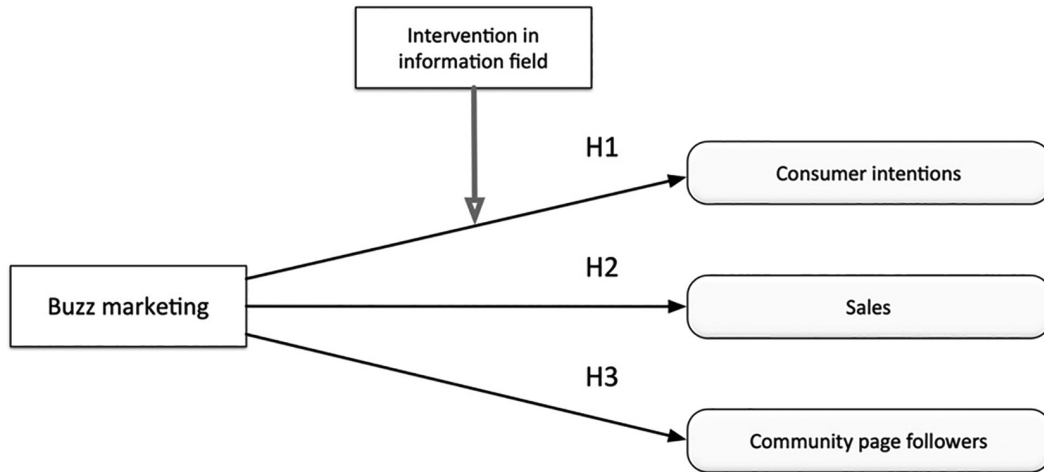


Fig. 2. The impact of buzz marketing campaigns in the context of cooperation with opinion leaders
 Source: compiled by the authors

In general, the idea of relationship marketing, which is clearly evident in this campaign, is to “build mutually beneficial long-term relationships with key customers in order to earn and retain their business” [16, p. 20]. To build and maintain such relationships,

marketers need to understand the needs and goals of customers and respond to them. The ability of social media (and now also messengers) to effectively segment the market is one of the reasons for their effectiveness. Consumers can customise their pages

Table 1

Results of the advertising campaign by media

Media	Forecast	Results	Budget, euro	Price per result, euro
Facebook and Instagram, awareness and engagement (all audiences)	834K reach/month	2.457 mln reach, 6.055 mln impressions, 233K ThruPlay views	3300 (without VAT and fees)	0.85/1000 reached, 2/1000 ThruPlay views
Facebook campaign to receive applications from B2G (representatives of state institutions)	-	329 leads, 3397 clicks, 187.8 reach, 868.3 impressions	525 (without VAT and fees)	1.18/lead from Facebook, 0.11/clicking link
Telegram channel “Київ реальний”, more than 900K followers	no experience or ability to predict	387600 views, 1300 reposts, 3000 reactions	715	1.84/1000 views
Telegram channel “Perepichka”, more than 480K followers	no experience or ability to predict	89400 views, 584 reposts, 2610 reactions	975	10.9/1000 views
Google display ads campaign (GDN)	4.55 mln impressions, 13K clicks, 684 real visits	14.7 mln impressions, 59K clicks, 2.1K real visits	4667	0.07 CPC, 0.40% CTR, 0.32/1000 impressions
YouTube ads campaign	7.46 mln impressions, 2.24 mln views, 7.4K clicks, 187 real visits	4.2 mln impressions, 1.507 mln views, 13.7 clicks, 951 real visits	2333	0.16 CPC, 0.56/1000 impressions
Advertising within a Rozetka commercial partner	-	unknown	500	unknown
Stories on the TV channel + YouTube channel of this media outlet	5 TV airings (9.5 mln monthly viewers of TV channel)	950 views (YouTube channel)	special offer (charity)	-
Industry union and media	-	unknown	900	unknown
Press releases in leading online news outlets (cancelled)	(results of previous campaigns are given)	200–300 views/press release	500–800/media	2.5–2.7/view

and accounts so that the information they receive is relevant to them. Social media also makes it easier for marketers to reach influencers, even without prior sponsorship, as mentioned above. This phenomenon, of course, applies not only to Ukraine, but to the entire developed world: in the digital age, more and more people in Western countries are looking for new ways to communicate with like-minded people; citizens are more interested in meeting their needs for greater respect and self-fulfilment [16].

The national digital campaign of company “A”, which is the subject of this study, lasted 3 months, in a time of reduced business activity and, consequently, less competition at advertising auctions. The total budget was 20,000 euros (including advertising agencies’ fees), and the results are presented in Table 1. The budget allocation and coverage result by channel are shown in figures 3a and 3b.

Although the campaign lasted for 3 months, it was expected to have a long-lasting effect; this was also facilitated by the open-ended nature of the announced social initiative from company “A”. It is worth noting that the advertising was differentiated for several non-overlapping audiences: installers (plumbers, industry specialists) and sales consultants; designers and architects; future specialists, students and their parents; those interested in homes renovation.

As can be seen from the results, press releases in leading online news outlets (such as tsn.ua, bykvu.com) cannot come close to other means in terms of effectiveness per unit of budget spent, so the need for their use in a campaign aimed at raising awareness of target audiences is extremely questionable. Also, for technical and organisational reasons, it is extremely difficult to measure the results of some media (for example, the number of viewers who watched a TV story on the air), which further complicates evaluation of the campaign.

The significant role of the mainstream news channels of Telegram messenger in the new, crisis-ridden information field is also evident; for the first time, a communication channel that approaches the effectiveness of national television in terms of coverage has become available on Ukrainian media market, and it is available with a much smaller budget, although it is associated with some organisational difficulties in purchasing advertising. According to the authors, the role of this media, especially in brand image campaigns, will only grow.

The last stage of a national digital campaign is evaluation of its results; at this stage, business representatives face major challenges that need to be addressed. 75% of marketers from companies that manage international brands said that measuring the effect of advertising is the main “threat to digital advertising budgets today” [4]. The effectiveness of advertising remains an inadequately researched topic by economists due to the insufficient offline data that firms and researchers have access to in order to measure its actual influence on consumer buying behaviour. The empirical testing of advertising theories with crucial implications for competition is even more challenging. The digital era offers an unprecedented opportunity to bridge this information gap thanks to two factors:

- 1) at the moment, data on ad delivery and purchases at the individual level can still be linked and made available to advertisers;
- 2) ad delivery can be randomised at the individual level, creating the variability needed to identify cause and effect relationships.

The ease of data collection in online advertising has led to the fact that advertising campaigns usually provide precise quantitative data, such as click-through rates (CTRs). As a rule, CTR is only an intermediate indicator of the real result of interest

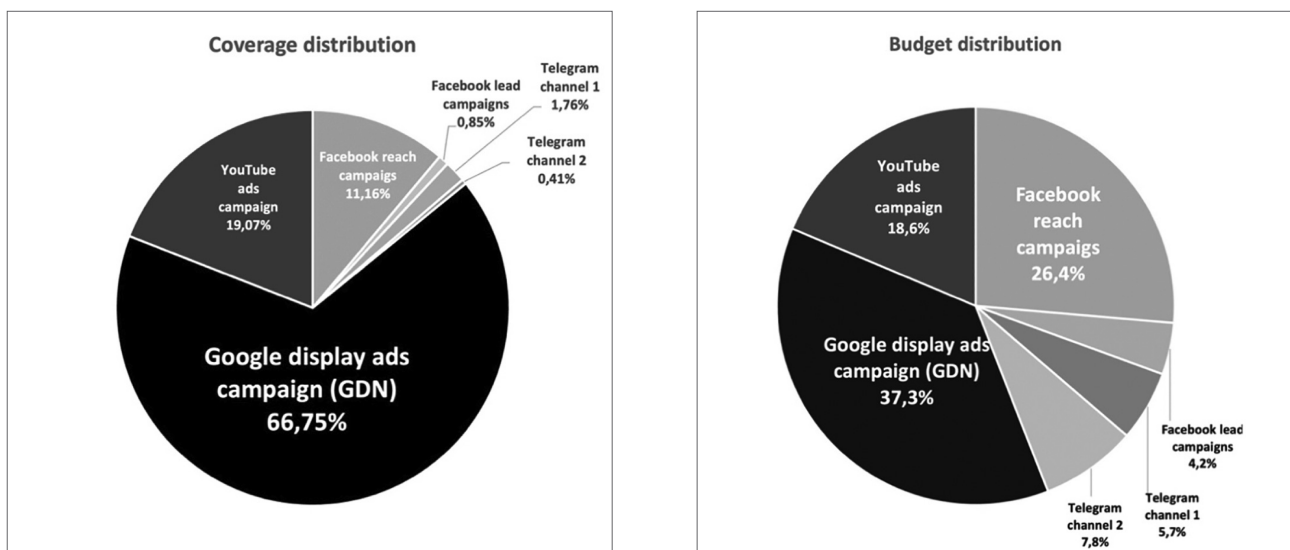


Fig. 3a and 3b. Breakdown of coverage and budget by campaigns
 Source: compiled by the authors

to the advertiser, which is an increase in the number of purchases by consumers, both in the present and in the future. At the same time, many performance measurement concepts assume that if a consumer does not click on an advert, it has no impact on their behaviour. In addition, these same measurement systems assume that if a consumer clicks on an ad and subsequently purchases a product, that conversion is likely due to that particular ad (i.e., last-click attribution). Such an assumption seems particularly questionable in cases such as search advertising, where advertising is often already targeted at those consumers who are most likely to purchase the advertised product, using so-called conversion queries (as opposed to display ads such as on Google GDN).

A study by Lewis and Nguyen [19] proves that display (banner) ads can increase the number of keyword searches for the advertised brand. Some click-throughs on sponsored links are mistakenly attributed solely to search advertising, but while the targeted impact on search queries can be documented, the researchers cannot say whether search advertising is better or worse in terms of conversion rates when it is combined with display ads. A similar experiment on a much larger scale could answer this question, but advertising to 5–10 million people is not available to the advertiser in this study, company “A”.

When an advertiser enters the online auction fray, it has to fight for the attention of consumers. In general, the cost of a typical digital campaign per person is quite low. On average, banner campaigns that show several ads per day to the target audience cost about 1–2 cents per person per day. Television advertising, which is shown once to one person per day, can be more expensive. This can also explain the fact that the TV channel that cooperated with company “A” also has a developed YouTube channel, that is because advertisers see prospects in this media. It is worth noting that even an aggressive campaign usually receives only a small percentage of the daily advertising impact on the consumer. Consumers see a lot of ads a day, and probably only a small fraction of them are relevant enough for a particular person to influence their behaviour. The relatively modest average impact per person makes it difficult to assess cost-effectiveness. Further complicating the situation is the fact that for many advertisers, sales at the individual level are quite volatile. For example, the impact on sales of sanitary ware in the high end of the price spectrum can be either thousands of dollars or close to zero. There are also many other categories, such as consumer electronics, air travel, real estate, and others, which also have unstable consumption patterns. The exception is certain goods sold through direct sales channels [20].

Let us consider two well-known econometric equations in this context. The first is the R^2 of the regression of y on x , which shows the share of sales

dispersion explained by advertising (for a more detailed explanation, see Lovell M. [22]):

$$R^2 = \frac{\sum_{i \in U} (\bar{y}_U - \bar{y})^2 + \sum_{i \in E} (\bar{y}_E - \bar{y})^2}{\sum_i (y_i - \bar{y})^2} = \frac{2N \left(\frac{1}{2} \Delta \bar{y} \right)^2}{2N \hat{\sigma}^2} = \frac{1}{4} \left(\frac{\Delta \bar{y}}{\hat{\sigma}} \right)^2.$$

The second equation is a t -test to test the hypothesis that there is no influence of advertising:

$$t_{\Delta \bar{y}} = \frac{\Delta \bar{y}}{\hat{\sigma}_{\Delta \bar{y}}} = \sqrt{\frac{N}{2}} \left(\frac{\Delta \bar{y}}{\hat{\sigma}} \right).$$

In both cases, the standard regression equation is related to the relationship between the average sales impact and the standard deviation of sales between consumers. In the following hypothetical example, we calibrate the values using the approximate median values from several advertising campaigns run on Google Ads by commercial partner of company “A” — a sanitary ware retailer selling products that were specially priced as part of a social initiative by company “A” (an initiative promoted by company “A”). For the sake of simplicity, we will consider several advertising campaigns as a single experiment.

The goal of the partner’s advertising campaign was to increase sales by 5% during the two weeks of the campaign, which we will consider as a “period of influence” of interest. During this period, the advertiser’s customers make an average purchase of \$80, and the standard deviation is \$350 (based on data from the advertiser for this advertising medium). The cost of the campaign was \$0.3 per customer, which equates to 20–100 banner ads at \$2–10 CPM (cost per thousand), and the gross margin (the markup on the cost of goods sold as a percentage of a price) is assumed by the advertiser to be around 8%. A 5% increase in sales means an additional \$4 per person, which is a net profit of \$0.32 per person. The goal of this advertising campaign was therefore to achieve a 7% return on investment (ROI): $\$0.32/\$0.3 = 1.07$. In this example, the advertiser is tasked with evaluating the \$0.32 difference in sales between the treatment and control groups against a \$350 standard deviation in sales. The ratio is very low: 0,00091. From the findings above, it follows that R^2 is equal to:

$$R^2 = \frac{1}{4} \cdot \left(\frac{0,32}{350} \right)^2 = 0,00000021$$

That is, even for a successful advertising campaign with a normal ROI, the advertiser expects an R^2 of only 0.00000021. This would require a very large N to detect any impact of the ad, let alone an accurate confidence interval. The low R^2 value for operations

on variable x in our hypothetical randomised trial has serious implications for observational studies such as controlled variable regression analysis and other econometric techniques. A very low level of endogeneity of variables can seriously distort estimates of advertising effectiveness. If the partial correlation R^2 is very small, as in the case of advertising effectiveness, a small error can easily turn into an economically significant impact on the coefficient estimates.

Regrettably, the sales of many advertised products and services are so volatile that even experiments with millions of unique users may not be sufficient to reject the null hypothesis that the advertising campaign had no impact on consumer behaviour. Measuring the impact on sales, particularly for long-term image advertising, can be challenging. Although digital advertising's ability to track the customer journey and link it to purchasing behaviour data at the customer level makes it easier to assess advertising effectiveness, this is not the case with brand image advertising. Consequently, further research is necessary to explore applied econometric methods in this context.

To create a system of values related to the brand through marketing communications, a national digital company should conduct quantitative marketing research. It is advisable to conduct further measurements of attitudes among target groups to determine how the attitude towards the brand has changed. This will enable a more accurate assessment of the effectiveness of the applied digital tools with a minimum budget, and in a way that is understandable for the company's managers. Obviously, such a survey of audiences needs to be measured, so it is a quantitative study.

To effectively utilize branding, a company must assess the value of its brand, commonly referred to as brand equity. Brand equity can be evaluated directly through questionnaires or indirectly through choice models or changes in stock prices. Conjoint analysis is a popular technique used by major international brands to measure brand equity and the value of product components [33]. Using conjoint analysis, an analyst can draw a conclusion about the respondents' assessment of attributes based on the preferences they give to different products; according to the authors, this quantitative method, however, cannot be used specifically for a brand image campaign. The main task of the study in this context is to obtain accurate, statistically reliable quantitative data, since it is necessary not only to obtain opinions and assumptions, but to find out the exact quantitative values of the studied indicators, given that the necessary hypotheses about consumer behaviour have already been formed. The three primary methods for obtaining a quantitative assessment of attitudes or behaviour in a target population are direct measurement, questionnaires, and interviews (either face-to-face or over the phone).

The authors of this study suggest that companies managing international brands in Ukraine should consider omnibus surveys as an optimal method in terms of budget and comprehensive analytical data in the context of instability and socio-political upheaval caused by the war. Designed primarily as a tool to "take the temperature" based on demand or sentiments and to provide preliminary answers to pressing questions, omnibus surveys are, according to researchers [29; 5], ideal for providing greater speed and cost-effectiveness; they are particularly useful for:

- providing quick answers to questions of direct interest to the brand;
- obtaining information on a topic that is too short to require a separate survey;
- simple questions, such as consumer choice or social topics, where it can be assumed that respondents have a broad understanding of the subject matter and the implications of certain answer choices (e.g., a social initiative promoted by company "A");
- providing a sample of respondents for further research (subject to respondents' consent, as personal information, for instance, of individual salespeople or plumbers, should not be linked to survey responses);
- testing and piloting questions.

The analysis of the omnibus data by the managers of company "A", arranged after the end of advertising in all media, can be considered as the end of the cycle of this national campaign in question.

Key findings. Evidence of the digital advertising campaigns effectiveness is growing, but data on digital campaigns is still rarely systematically documented and made public. The initial stage of a national digital campaign should be to set goals and evaluate the effectiveness of their achievement. Since the task of a brand image communication campaign is to form a consumer's value assessment of a product or service and the brand itself, the typical factors for evaluating effectiveness should be revised. During the reviewed national digital campaign, it was found that press releases in online media cannot come close to other means of communication in terms of effectiveness; the role of news channels in the Telegram messenger has significantly increased in the current conditions in Ukraine.

The effectiveness of brand-building digital campaigns remains under-researched because the impact of image advertising on consumer purchasing behaviour in the long term is difficult to measure. The ability of digital advertising to analyse a buyer's journey and link it to purchase behaviour data makes it easier to measure the effectiveness of digital campaigns, but this is not the case with brand image advertising. The search for applied econometric methods in the context of measuring national digital campaigns effectiveness requires further research. To analyse the results of such campaigns, it is advisable to conduct quantitative marketing research using methods outside the framework of digital marketing.

Literature

1. Комплексне дослідження: як війна змінила мене та країну. Підсумки року. Соціол. група Рейтинг, 2023. 58 с. URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/kompleksne_dosl_dzhennya_yak_v_yna_zm_nila_mene_ta_kra_nu_p_dsumki_roku.html (дата звернення: 15.03.2023).
2. Albarran A.B. Management of Electronic and Digital Media. 6-те вид. Boston, FL, USA: Cengage Learning, 2017.
3. Ashley C. Creative Strategies in Social Media Marketing: An Exploratory Study of Branded Social Content and Consumer Engagement / C. Ashley, T. Tuten // *Psychology&Marketing*. 2015. № 32. С. 15–27.
4. Benes R. Agency Pros Say Fraud Is Biggest Threat to Their Budgets. *insiderintelligence.com*. URL: <https://www.insiderintelligence.com/content/agency-pros-say-fraud-is-biggest-threat-to-their-budgets> (дата звернення: 15.03.2023).
5. Burns A.C., Veeck A., F. Bush R. Marketing Research. 8-ме вид. Essex: Pearson Education Limited, 2017. 497 с.
6. Carl W.J. What's All the Buzz About? Everyday Communication and the Relational Basis of Word-of-Mouth and Buzz Marketing Practices. *Management Communication Quarterly (Mcq)*. 2006. Т. 19, № 4. Р. 601–635.
7. Creamer M. What's Plaguing Viral Marketing. *Advertising Age*. 2007. Т. 78, № 28. С. 1–3.
8. Digital Information World. Global Social Media Statistics for 2017 // Digital Information World. 2017. URL: <https://www.digitalinformationworld.com/2017/02/global-social-media-statistics.html> (дата звернення: 15.03.2023).
9. Evaluation of Advertising Campaigns on Social Media Networks / Jurgita R. та ін. Vilnius Gediminas Technical University, Sustainability. 2018. Т. 10, № 4.
10. Felix R. Elements of strategic social media marketing: A holistic framework / R. Felix, P.A. Rauschnabel, C. Hinsch // *Journal of Business Research*. 2017. № 70. Р. 118–126.
11. Killian G., McManus K. A marketing communications approach for the digital era: Managerial guidelines for social media integration. *Business Horizons*. 2015. Т. 58, № 5. Р. 539–549.
12. Gicquel Y. Le Buzz Marketing. Le Gǐnie des Glaciers, 2006.
13. Harrison K. Top 10 Trends That Will Transform Digital Marketing In 2017. *Forbes*. 2017, 1 верес. URL: <https://www.forbes.com/sites/kateharrison/2017/01/09/top-10-trends-that-will-transform-digital-marketing-in-2017/?sh=62cba7963bf5> (дата звернення: 15.03.2023).
14. Hootsuite. TikTok Hits 1 Billion Users — Faster Than Facebook // Hootsuite. 2021. URL: <https://blog.hootsuite.com/simon-kemp-social-media/> (дата звернення: 15.03.2023).
15. Jarrar Y., Awobamise A.O., Aderibigbe A.A. Effectiveness of Influencer Marketing vs Social Media Sponsored Advertising. *Utopna y Praxis Latinoamericana*. 2020. Т. 25, № 12. Р. 40–53.
16. Keller K., Kotler P. Marketing management. 13-те вид. New Jersey: Upper Saddle River: Pearson, 2009.
17. Khamis S., Ang L., Welling R. Self-branding, 'micro-celebrity' and the rise of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*. 2017. Т. 8, № 2. Р. 191–208.
18. Kolesnyk B. Analysis of the effectiveness of methods to expand the audience of the brand in its own media. *Three Seas Economic Journal*. 2022. Т. 3, № 1. Р. 85–92.
19. Lewis R.A., Nguyen D.T. A Samsung Ad for the iPad? Display Advertising's Competitive Spillovers to Search. 2014. 35 с. (Препринт).
20. Lewis R.A., Rao J.M. On the near-impossibility of measuring the returns to advertising. 2013. (Препринт. L10, M37, C93).
21. Liu J.H., Ban X., Elrahman O.A. Measuring the Impacts of Social Media on Advancing Public Transit. Portland, OR, USA: Portland State University, 2017.
22. Lovell M. A simple proof of the fwl theorem. *The Journal of Economic Education*. 2008. Т. 39, № 1. Р. 88–91.
23. Mander J. Daily Time Spent on Social Networks // *GlobalWebIndex*. 2019. URL: <https://blog.gwi.com/chart-of-the-day/daily-time-spent-on-social-networks/> (дата звернення: 15.03.2023).
24. Md Dawot N.I., Ibrahim R.A. Review of features and functional building blocks of social media. 8th Malaysian Software Engineering Conference (MySEC), м. Langkawi, 23–24 верес. 2014. Р. 177–182.
25. Morhart F., Maldr L., Guivremont A. Brand authenticity: An integrative framework and measurement scale. *Journal of Consumer Psychology*. 2014. Т. 25, № 2.
26. Morrissey B. Brands Infiltrate Social Circles to Create Buzz. *Adweek*. 2007. Т. 48, № 39. Р. 14–15.
27. Penni J. The future of online social networks (OSN): A measurement analysis using social media tools and application // *Telematics and Informatics*. 2017. № 34. Р. 497–517.
28. Pw C. Internet advertising revenue report // PwC, IAB. URL: https://www.iab.com/wp-content/uploads/2020/05/FY19-IAB-Internet-Ad-Revenue-Report_Final.pdf (дата звернення: 15.03.2023).
29. Shukla P. Essentials of Marketing Research. Paurav Shukla & Ventus Publishing ApS, 2008. ISBN 978-87-7681-411-3.
30. Sudha M., Sheena K. Impact of Influencers in Consumer Decision Process: the Fashion Industry. *SCMS Journal of Indian Management*. 2017. Т. 2017. Р. 14–30.
31. Understanding social media program usage in public transit agencies / Jenny H. Liu та ін. *International Journal of Transportation Science and Technology*. 2016. Т. 5, № 2. Р. 83–92.

32. Who uses social media the most? // World Economic Forum. 2020. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2019/10/social-media-use-by-generation/> (дата звернення: 15.03.2023).
33. Wind J., Green P.E., Scarbrough M. Courtyard by Marriott: Designing a hotel facility with consumer-based marketing models. *Interfaces*. 1989. T. 19. P. 25–47.

References

1. Comprehensive study: how the war changed me and the country. Results of the year. Sociological group Rating, 2023. 58 p. URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/kompleksne_dosl_dzhennya_yak_v_yna_zm_nila_mene_ta_kra_nu_p_dsumki_roku.html (access date: 15.03.2023).
2. Albarran A.B. *Management of Electronic and Digital Media*. 6 issue. Boston, FL, USA: Cengage Learning, 2017.
3. Ashley C. *Creative Strategies in Social Media Marketing: An Exploratory Study of Branded Social Content and Consumer Engagement* / C. Ashley, T. Tuten // *Psychology&Marketing*. 2015. № 32. P. 15–27.
4. Benes R. Agency Pros Say Fraud is Biggest Threat to Their Budgets. *insiderintelligence.com*. URL: <https://www.insiderintelligence.com/content/agency-pros-say-fraud-is-biggest-threat-to-their-budgets> (access date: 15.03.2023).
5. Burns A.C., Veeck A., F. Bush R. *Marketing Research*. 8 issue. Essex: Pearson Education Limited, 2017. 497 p.
6. Carl W.J. What's All the Buzz About? Everyday Communication and the Relational Basis of Word-of-Mouth and Buzz Marketing Practices. *Management Communication Quarterly (Mcq)*. 2006. V. 19, № 4. P. 601–635.
7. Creamer M. What's Plaguing Viral Marketing. *Advertising Age*. 2007. V. 78, № 28. P. 1–3.
8. Digital Information World. *Global Social Media Statistics for 2017* // Digital Information World. 2017. URL: <https://www.digitalinformationworld.com/2017/02/global-social-media-statistics.html> (access date: 15.03.2023).
9. Evaluation of Advertising Campaigns on Social Media Networks / Jurgita R. et al. *Vilnius Gediminas Technical University, Sustainability*. 2018. V. 10, № 4.
10. Felix R. Elements of strategic social media marketing: A holistic framework / R. Felix, P.A. Rauschnabel, C. Hinsch // *Journal of Business Research*. 2017. № 70. P. 118–126.
11. Killian G. McManus K. A marketing communications approach for the digital era: Managerial guidelines for social media integration. *Business Horizons*. 2015. V. 58, № 5. P. 539–549.
12. Gicquel Y. *Le Buzz Marketing*. Le G nie des Glaciers, 2006.
13. Harrison K. Top 10 Trends That Will Transform Digital Marketing In 2017. *Forbes*. 2017. 1 sept. URL: <https://www.forbes.com/sites/kateharrison/2017/01/09/top-10-trends-that-will-transform-digital-marketing-in-2017/?sh=62cba7963bf5> (access date: 15.03.2023).
14. Hootsuite. TikTok Hits 1 Billion Users — Faster Than Facebook // Hootsuite. 2021. URL: <https://blog.hootsuite.com/simon-kemp-social-media/> (access date: 15.03.2023).
15. Jarrar Y., Awobamise A.O, Aderibigbe A.A. Effectiveness of Influencer Marketing vs Social Media Sponsored Advertising. *Utopna y Praxis Latinoamericana*. 2020. V. 25, № 12. P. 40–53.
16. Keller K., Kotler P. *Marketing management*. 13 issue. New Jersey: Upper Saddle River: Pearson, 2009.
17. Khamis S., Ang L., Welling R. Self-branding, ‘micro-celebrity’ and the rise of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*. 2017. V. 8, № 2. P. 191–208.
18. Kolesnyk B. Analysis of the effectiveness of methods to expand the audience of the brand in its own media. *Three Seas Economic Journal*. 2022. V. 3, № 1. P. 85–92.
19. Lewis R.A., Nguyen D.T. A Samsung Ad for the iPad? Display Advertising’s Competitive Spillovers to Search. 2014. 35 p. (preprint).
20. Lewis R.A., Rao J.M. On the near-impossibility of measuring the returns to advertising. 2013. (preprint. L10, M37, C93).
21. Liu J.H, Ban X., Elrahman O.A. *Measuring the Impacts of Social Media on Advancing Public Transit*. Portland, OR, USA: Portland State University, 2017.
22. Lovell M. A simple proof of the fwl theorem. *The Journal of Economic Education*. 2008. V. 39, № 1. P. 88–91.
23. Mander J. Daily Time Spent on Social Networks // *GlobalWebIndex*. 2019. URL: <https://blog.gwi.com/chart-of-the-day/daily-time-spent-on-social-networks/> (access date: 15.03.2023).
24. Md Dawot N.I, Ibrahim R.A. Review of features and functional building blocks of social media. 8th Malaysian Software Engineering Conference (MySEC), Langkawi city, 23–24 September 2014. P. 177–182.
25. Morhart F., Maldr L., Guzvremont A. Brand authenticity: An integrative framework and measurement scale. *Journal of Consumer Psychology*. 2014. V. 25, № 2.
26. Morrissey B. Brands Infiltrate Social Circles to Create Buzz. *Adweek*. 2007. V. 48, № 39. P. 14–15.
27. Penni J. The future of online social networks (OSN): A measurement analysis using social media tools and application // *Telematics and Informatics*. 2017. № 34. P. 497–517.
28. Pw C. Internet advertising revenue report // PwC, IAB. IRL: https://www.iab.com/wp-content/uploads/2020/05/FY19-IAB-Internet-Ad-Revenue-Report_Final.pdf (access date: 15.03.2023).

29. Shukla P. Essentials of Marketing Research. Paurav Shukla & Ventus Publishing ApS, 2008. ISBN 978-87-7681-411-3.
30. Sudha M., Sheena K. Impact of Influencers in Consumer Decision Process: the Fashion Industry. SCMS Journal of Indian Management. 2017. V. 2017. P. 14–30.
31. Understanding social media program usage in public transit agencies / Jenny H. Liu et al. International Journal of Transportation Science and Technology. 2016. V. 5, № 2. P. 83–92.
32. Who uses social media the most? // World Economic Forum. 2020. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2019/10/social-media-use-by-generation/> (access date: 15.03.2023).
33. Wind J., Green P.E., Scarbrough M. Courtyard by Marriott: Designing a hotel facility with consumer-based marketing models. Interfaces. 1989. V. 19. P. 25–47.

Гавриленко Тетяна Володимирівна
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу та управління бізнесом
Національний університет «Києво-Могилянська академія»*

Havrylenko Tetiana
*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the
Department of Enterprise Marketing and Business Management
National University of Kyiv-Mohyla Academy
ORCID: 0000-0002-2454-661X*

Шульга Софія Андріївна
*магістр кафедри маркетингу та управління бізнесом
Національного університету «Києво-Могилянська академія»*
Shulga Sofiia
*Master's Student of Enterprise Marketing and Business Management
National University of Kyiv-Mohyla Academy*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8823

ПСИХОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА ПРИ ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПРОДУКТУ

PSYCHOLOGICAL ASPECT OF CONSUMER BEHAVIOUR IN FORMING A PRODUCT POSITIONING STRATEGY

Анотація. Вступ. В сучасну епоху в компаніях, що швидко розвиваються, успішність продукту залежить не лише від його функціональних та продуктивних характеристик, а й від його стратегічного розміщення на ринку. Концепція стратегії позиціонування продукту передбачає створення унікального іміджу продукту або бренду, що закарбовується в сприйнятті продукту споживачем. Такий результат досягається через ідентифікацію його потреб і бажань, а також подальшу розробку маркетингових стратегій, спрямованих на виконання цих вимог. Ця багатовимірна стратегія складається з різних важливих компонентів, включаючи вивчення поведінки споживачів, що має багату історію і суттєво впливає на створення ефективної стратегії позиціонування. Сама поведінка споживачів концентрується на процесі прийняття рішень з одним з головних його етапів – етапом пошуку інформації споживачем. Тому постає необхідність глибшого дослідження даного етапу задля збільшення лояльності покупця до продукту.

Мета. Метою статті є дослідження впливу психологічного аспекту на формування стратегії позиціонування товару та аналіз шляху прийняття рішення щодо здійснення покупки продукту споживачем. В теорії прийняття рішень розкрити зону пошуку інформації споживачем задля визначення додаткового елементу “кілець знань споживача” та способів впливу на покупця для збільшення лояльності до продукту.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є: 1) особисте дослідження поведінки споживачів в рамках курсу “Consumer Marketing” Бізнес-школи Айві, Західний Університет, Канада; 2) праці вітчизняних та зарубіжних авторів, що провадять свої науково-практичні дослідження у царині стратегічного маркетингу, зокрема стратегії позиціонування продукту, та царині нейромаркетингу, а саме поведінки споживача та прийняття ним рішень.

В процесі здійснення дослідження було використано такі наукові методи: теоретичного узагальнення та структурного групування (для характеристики процесу прийняття рішення споживачем, а також елементів впливу на нього); аналізу та синтезу (для побудови схеми розширених “кілець знань” споживача); логічного узагальнення результатів (формулювання висновків).

Результати. У статті здійснено дослідження впливу психологічного аспекту на формування стратегії позиціонування товару. Зроблений аналіз шляху прийняття рішення щодо здійснення покупки продукту споживачем. Заангажована нова

область вивчення до даної теорії прийняття рішення у вигляді розширення зони пошуку інформації та додати способи виокремлення цього доповнення з ряду існуючих маркетингових практик.

Перспективи. В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на детальному дослідженні кожного інструменту для створення ніші “те, що робить нас щасливими”, а також розробки відповідної методики контролю лояльності даного сегменту споживачів. Це надасть змогу покращити лояльність покупців до продукту та зменшить витрати на одного клієнта в майбутньому.

Ключові слова: поведінка споживача, прийняття рішення споживачем, CJM, карти емпатії, кільця знань.

Summary. Introduction. In today's fast-growing companies, the success of a product depends not only on its functional and productive characteristics but also on its strategic placement on the market. The concept of product positioning strategy involves the creation of a unique product or brand image that is imprinted in the consumer's perception of the product. Such a result is achieved through the identification of his needs and desires, as well as the further development of marketing strategies aimed at fulfilling these requirements. This multidimensional strategy consists of various important components, including the study of consumer behaviour, which has a rich history and significantly influences the creation of an effective positioning strategy. Consumer behaviour itself focuses on the decision-making process, with one of its main stages being the stage of information search by the consumer. Therefore, there is a need for a deeper study of this stage to increase the customer's loyalty to the product.

Purpose. The purpose of the article is to study the influence of the psychological aspect on developing the product positioning strategy and the analysis of the decision-making process regarding the purchase of the product by the consumer. The theory of decision-making, reveals the zone of information search by the consumer to determine the additional element of the “rings of consumer knowledge” and ways of influencing the buyer to increase loyalty to the product.

Materials and Methods. The research materials: 1) a personal study of consumer behaviour within the course “Consumer Marketing” of the Ivey Business School, Western University, Canada; 2) works of foreign authors conducting scientific and practical research in the field of strategic marketing, in particular product positioning strategy, and the field of neuromarketing, namely consumer behaviour and decision-making.

In the process of carrying out the research, the following scientific methods were used: theoretical generalization and structural grouping (to characterize the decision-making process by the consumer, as well as the elements of influence on it); analysis and synthesis (to build a scheme of expanded “knowledge rings” of the consumer); logical generalization of results (formulation of conclusions).

The results. The article examines the influence of the psychological aspect on the formation of a product positioning strategy. An analysis of the way of deciding on the purchase of a product by the consumer was made. A new field of study is involved in this decision-making theory in the form of expanding the information search area and adding ways to distinguish this addition from several existing marketing practices.

Prospects. In further scientific research, it is proposed to focus on the detailed research of each tool for creating a niche “what makes us happy”, as well as developing an appropriate methodology for controlling the loyalty of this segment of consumers. This will improve customer loyalty to the product and reduce costs per customer in the future.

Key words: consumer behaviour, consumer decision making, CJM, empathy maps, rings of knowledge.

Defining the problem. Consumer behaviour plays an important role in marketing because it forms the basis for deciding on a product positioning strategy. Various factors influence this behaviour. In today's era of globalization, the needs, wants and purchasing paths of individuals change over time. To timely determine changes in the buying habits of consumers, it is necessary to conduct research in the direction of marketing, namely in the direction of their behaviour. Research in one of the branches of psychology in the field of buyer decision-making is a canon of behaviour analysis during the product purchase process. This field has in-depth analyzes of its effectiveness, therefore, the study of the path of consumer decision-making is an opportunity for companies to create an impact on the neuro-perception of a product. A detailed examination of how a buyer searches for a product will provide an accurate understanding of the reason for purchasing a particular product and reveal opportunities to influence

consumer behaviour to increase their loyalty to the product.

Analysis of recent research and publications. To highlight the latest important scientific materials in the field of marketing, psychology, neuromarketing and neuropsychology, the works of well-known authors were analyzed. American authors Kotler F. and Shes J. reveal the main concepts in developing a market offer strategy for a product [1; 3]. Fishbein, M., Dichter, E., and Kanon, D. provide an understanding of the principles of consumer social behaviour and dependent economic theories [2; 5; 8]. The American author Bauer RA sheds light on the complex interaction between risky consumer behaviour and decision-making processes [7]. The works of A. Kohli and P. Dole emphasize various advantages of market orientation, including improved customer satisfaction, increased profitability, and increased branching of segmentation innovations [4; 9]. Thanks to the analysis of data and other works,

an important theoretical knowledge base of the consumer's decision-making process was created and the insufficient depth of the term was determined. Also, the question of consumer behaviour in different segments of the "rings of knowledge" and how to ensure transitions from a long ring to a narrow one remains insufficiently researched.

Purpose. The purpose of the article is to study the influence of the psychological aspect on developing the product positioning strategy and the analysis of the decision-making process regarding the purchase of the product by the consumer. The theory of decision-making reveals the zone of information search by the consumer to determine the additional element of the "rings of consumer knowledge" and ways of influencing the buyer to increase loyalty to the product.

Materials and Methods. The research materials: 1) a personal study of consumer behaviour within the course "Consumer Marketing" of the Ivey Business School, Western University, Canada; 2) works of foreign authors conducting scientific and practical research in the field of strategic marketing, in particular product positioning strategy, and the field of neuromarketing, namely consumer behaviour and decision-making.

In the process of carrying out the research, the following scientific methods were used: theoretical generalization and structural grouping (to characterize the decision-making process by the consumer, as well as the elements of influence on it); analysis and synthesis (to build a scheme of expanded "knowledge rings" of the consumer); logical generalization of results (formulation of conclusions).

Main research material. Product positioning on the market is one of the most important components of the marketing strategy, as it determines consumer perception of the product and its popularity on the market. To form an effective positioning strategy, it is necessary to reveal all the competitive advantages of the product, choose one that is significantly different from others on the market, and choose a comprehensive positioning strategy that will correspond to the structure of the organization and its goals. These tasks are an important component of the entire positioning process, which includes identifying competitors, studying the perception and evaluation of competitors, identifying their position, analyzing the target audience, choosing a position and controlling it in the market. For strategy formation, it should be noted that positioning has three main tasks.

1. To present all possible competitive advantages.
2. To choose among them the one that is significantly different from those available on the market.
3. To select a comprehensive positioning strategy that will correspond to the organization's structure and positioning goals.

These tasks are necessary to pass the entire path of creating positioning, such as:

1. Definition of competitors.
2. Study of perception and assessment of competitors.
3. Identification of the position of competitors.
4. Analysis of the target audience.
5. Choosing a position.
6. Control of market position.

According to Kotler, positioning involves plans to develop product images, so "being different from competitors" is a necessary condition for creating a successful and strong brand. Such a difference makes it possible to build a single concept of the product in the head of the consumer. People tend to immediately put labels on other people, places, and products (in the first 3 seconds we form an attitude towards anything), so this is the leading idea of positioning — creating a clear image that will remain in the mind of the recipient and provide "added value" for the company because it differs significantly from the positioning of competitors [9].

It follows that the positioning of the product on the market depends to a greater extent on the attitude of the target segment towards it. If such an attitude is negative or neutral, then the product and slightly the characteristics of the target segment change significantly.

A neutral attitude can be triggered by ignorance about the product. Therefore, it is necessary to position the product as the one that solves the pains of the potential client.

If it is negative, find out what affects such a perception — the attitude towards the company, the brand or the product itself. Having found the problem, rethink it and understand whether this negative state of the product is the cause of the company's mistake. A person may simply not understand something and reject it, or may not be our target audience. In this case, we can note that the internal conventions and actions of the company under its name also affect its values, which makes the product positioning strategy directly dependent on the brand.

A positive attitude shows the loyalty of an already well-received client. With this path, it is necessary to support the client, because his loyalty has already been bought, and therefore it will cost us less than attracting a new potential consumer.

Summarizing, it should be noted that the product is completely subordinated to the consumer, therefore the main goal of positioning is to emphasize the distinctive characteristics or features of the product that make it different from competitors and attractive to its target audience. Such characteristics are primarily the definition of product positions from three sides:

- product leadership;
- working advantage;
- closeness to the client (his pain) [10].

Positioning is a multidimensional concept that emphasizes the features, characteristics and benefits of a product. This is an important marketing decision that affects the entire marketing process. Based on the analysis of different positioning strategies, five factors were identified that influence the formation and implementation of the positioning strategy.

1. Features and characteristics of the product.

Emphasizing the unique features of products and services is a common approach to product positioning. In this case, the firm uses one or more attributes, features or benefits of the product as a basis for positioning its product. For example, a Toyota car emphasizes economy and reliability.

2. Product class

When close substitutes exist, a firm can focus on the advantages of its product class over other product classes. Benefits are what a product offers to consumers, mostly an increase in their comfort, happiness, well-being, etc. Benefit-based positioning has greater appeal than feature-based positioning. For example, an ATM has the advantage of convenience, because it offers customers to withdraw money and perform other operations 24/7 from their account.

3. Use and application.

This option highlights a specific application or use of a product or service. Products can be positioned as the right product to use for a specific occasion or purpose. For example, meat pies can be targeted for consumption at school sports or cultural festivals.

4. Product competitors.

Some firms deliberately compare themselves with competitors as a means of obtaining the desired position for their product in the mind of the consumer. KIA Motors has used this approach to position some of its cars as comparable in design, gas mileage and price to some of the leading imports.

5. Price and quality of the product.

Two key aspects that consumers use when evaluating alternative brands are price and quality. Some companies use a high price strategy (premium pricing) to indicate that their product is of superior quality. Other firms use a lower price. For example, Lagos Business School's executive development programs are rated very expensive but perceived as good value for money. But the Industrial Training Foundation of Nigeria emphasizes the accessibility of its training and development programs [11].

These 5 factors build the basis for the implementation of a clear positioning strategy, which will not only focus on the key advantages of the product but will also influence the direction of its strategic development.

Therefore, an effective strategy is a key element of the functioning of any element in the company. A product positioning strategy is formed based on the company's main strategy and with certain

strategic management. At the core of product positioning lies a detailed analysis and description of the product itself, highlighting the problems and opportunities of this product relative to others on the market. Based on this data, conduct research on changes that the company can make, generate effective strategic decisions, build a plan for implementing these decisions, and monitor their implementation and consequences.

The aspect of consumer behaviour is an element of customization and the basis for developing a modern product strategy. It is through the prism of neuroscience that the accuracy of the strategy is deepened, which turns into its effectiveness.

Consumer behaviour is a relatively young concept, it is only 50 years old. Just as marketing began to separate itself from economics (with a focus on distribution channels), consumer behaviour began to separate itself from being included in the marketing concept. The biggest change occurred when the very term consumer behaviour borrowed both explanations and research methods from the behavioural sciences (social and clinical psychology). George Katona's (1951) paper on the distinction between the rational consumer advocated in economics and the behavioural consumer observed in psychology was key to the beginning of consumer behaviour as a separate discipline. In general, the discipline was also called economic psychology [5].

Herbert Simon's "Satisfaction vs. Maximization" [6], Leon Festinger's "Cognitive Dissonance" [11] and Raymond Bauer's "Risk Reduction" [7] made the greatest contribution to further development. However, it was the publication of the work "Theory of Buyer Behaviour" by Howard-Sheth that singled out consumer behaviour as a separate component of marketing [12]. This was further cemented by the establishment of the Association for Consumer Research (ACR) and later its first journal on consumer behaviour, the Journal of Consumer Research (JCR).

The scheme of the consumer decision-making process was created by John Davey in 1950. It is built on 5 stages that the consumer goes through when choosing a particular product or service.

1. Recognition of the problem

The first step in the consumer decision-making process is recognizing a need for a service or product. Recognition of a need, both internal and external, comes from the internal motivation to satisfy it. As soon as the consumer has a level of motivation high enough to satisfy a need, he recognizes that this need is turning into a problem. In this step, information must be gathered to understand how this need can be met, which leads to the second step.

Ways to influence the consumer at this stage: focus marketing on external incentives. Because internal stimuli include basic needs such as hunger. In addition, it is necessary to create an image that

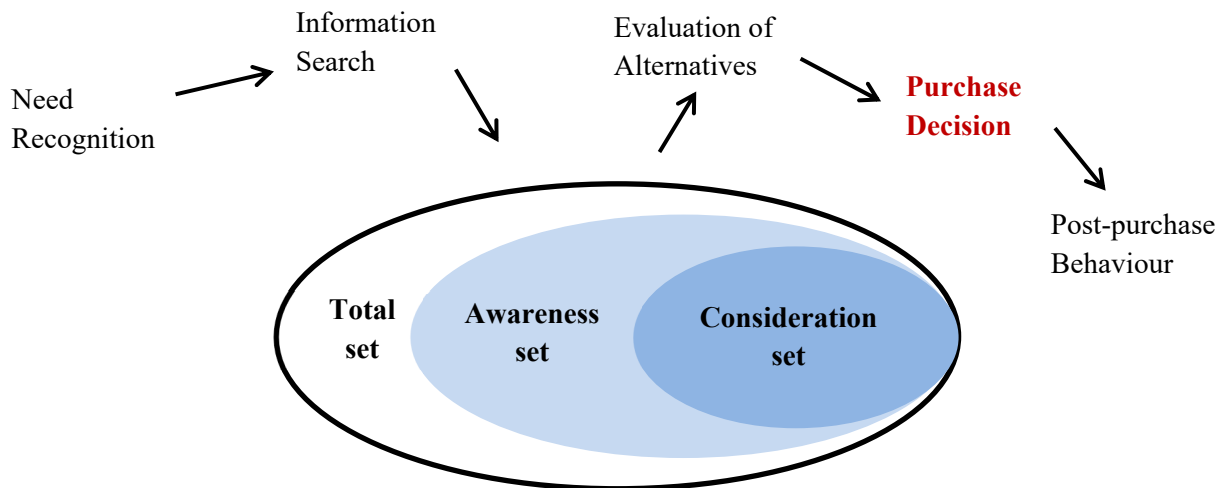


Fig. 1. Consumer decision process
Source: created by the authors according to [15]

only this product of the brand solves the existing problem.

2. Search for information

When exploring possible solutions to a problem, consumers again rely on internal and external factors, as well as previous interactions with the product or brand, both positive and negative. At this stage, the consumer looks at possible options offline in a store or online, in customer reviews or through word of mouth.

The brand's goal is to provide potential customers with access to the right information. The best thing is to create a sales funnel according to the scheme and plan which group of people will need which information.

3. Evaluation of alternatives

At this point in the process, the buyer has already weighed the criteria of what he wants in the product. Now he is weighing his prospect against comparable alternatives. Alternatives may present themselves as lower prices, additional product benefits, product availability, or something as personal as colour or style.

A company's marketing role should be to convince consumers why their product is better than other alternatives.

4. Making a purchase

This is the final moment for the consumer and the penultimate moment for the company. The company can no longer influence the purchase of its product, but it is possible to influence loyalty to its brand. Making a purchase is a very short and important process. The repeat purchase of the consumer depends on its success. Therefore, one of the company's tasks is to research other consumers during the purchase and increase the success of the purchase.

5. Behaviour after purchase

This part of the consumer decision-making process involves reflection by both the consumer and

the company. For the company, it is necessary to analyze several issues:

- Did the purchase process satisfy the need identified by the consumer?
- Is the customer satisfied with the purchase?
- How can you increase customer loyalty at this stage? [2].

The main part of this stage is to create a guarantee that the consumer continues to have a positive impression of the product. Post-purchase interactions may include follow-up emails, discount coupons, and newsletters to encourage the customer to make an additional purchase.

One of the most important stages of consumer decision-making is the stage of information search. It is this element that "acquaints" our consumers with the product and gives the first impression of the information provided. It is known from studies that the first impression is formed in 50 milliseconds, therefore the approach should be formed at the level of the consumer [13]. To get into the appropriate niche of consumers, it is necessary to analyze this stage more.

To specify this niche, it will be appropriate to single out another part of the "rings of knowledge" — what makes us happy (Fig. 2.)

Analyzing the previous scheme, it can be seen that the consumer stops only at the phase when he sees "what we take into account" as a set of choices for which he is willing to spend money. That is, the consumer only has attention to something, but is not interested in obtaining satisfaction of his needs.

To resolve this dissonance, it is necessary to introduce a new ring that will single out the best goods/services. With such a choice, the consumer will have maximum satisfaction with his problems and match according to his criteria. For the selling company, this means that the consumer will have a direct strong positive return on the purchased

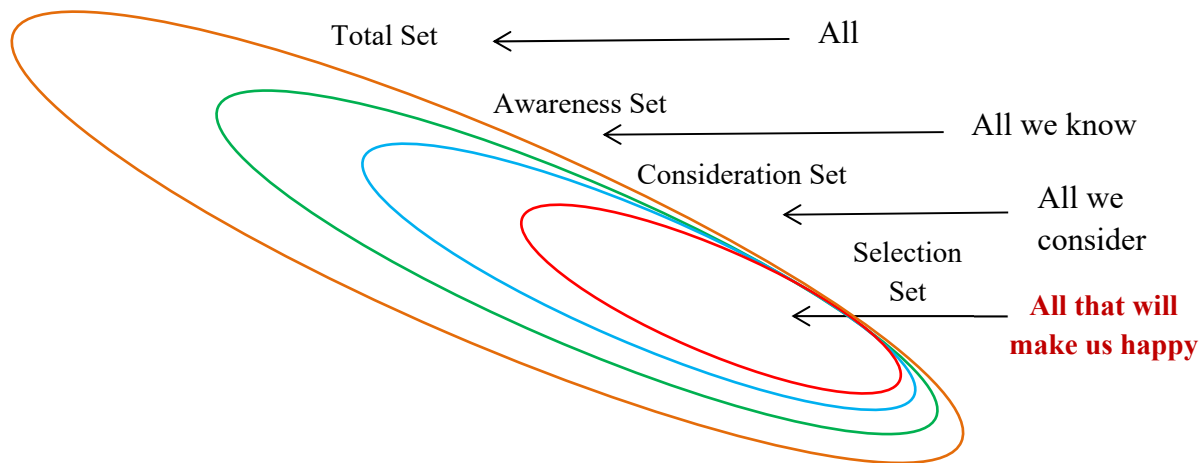


Fig. 2. Expanded “rings of knowledge” of the consumer

Source: created by the authors

product. Because of this, the company will have a return on investment in the form of a loyal customer.

In the presence of such a niche in the brand, several positive points can be singled out. Firstly, it is a reduction in the cost per customer due to the lack of a permanent customer support campaign. Secondly, through the element of improving the tools for spreading information about the product — “word of mouth”, positive reviews, etc. In addition, it can be noted that the own niche of loyal consumers will increase the percentage of product/service penetration.

Although this approach has a drawback in the form of formation. To create this niche, it is necessary to incur significant expenses under the column of research. After all, for so many people who get happiness from the product, it is necessary to invest a lot of effort in consumer analysis tools.

The first tool is a customer journey map (CJM) or a map of the consumer’s path — it is a visual representation of the client’s visit to the brand. These visuals tell the story of how the customer goes through each phase of the interaction and experiences each phase. A customer journey map should include touchpoints and moments of truth, as well as potential customer feelings such as frustration, satisfaction, or confusion, and the actions that are conveyed to the customer.

CJMs are often based on a timeline of events, such as a customer’s first visit to a company’s website or store, and continue through the progression from the first experience with the product to the actions after the purchase is made [14].

To distinguish the niche of people who will have the product as something that makes them happy, it is advisable to make such a path in the form of emotions that the consumer feels. With this option, it is possible to identify exactly what types of emotions the consumer has and what problems the company has with the consumer’s path to purchase. After such an analysis, it will be clear exactly where the

consumer’s loyalty can be lost and at what stage he will switch to another product/service.

The second tool is the empathy map. It helps the company understand the mindset of the customer when working with a product or service. It can be used for personal or specific types of customers. Empathy mapping is often most useful when starting a new project or creating a new campaign. Regularly updating such a map following the trends and movements of society will help to maintain the product/service in the perception in the category “what makes us happy”.

Empathy maps are useful when you need to get into the consumer’s mind or clarify market segments and identify those consumers who will feel happy using the product/service [15].

With these two tools, it is possible to fully understand and delve into the consumer’s emotional commitment to the product at hand. In this way, it will be immediately clear which niche of consumers will fall under the category of those whom the product will make happy.

This consumer niche will improve the existing target audience in terms of its loyalty and increase the effectiveness of the company’s product strategy.

Conclusion and prospects for further research. Having analyzed the work of many scientists in the field of marketing, neuromarketing, psychology and neuropsychology in this work, the following conclusions can be drawn.

The field of behavioural economics has a very large theoretical and methodological basis, which should be the basis of the science of consumer behaviour. With this foundation, many areas of development of modern science can be found. Taking into account the generalized information about the consumer’s decision-making process, it makes sense to delve into one of the components of the scheme — “Information search”. When analyzing this part, an additional niche of people was created, whom the product or service will make happy.

To separate this niche, it was recommended to use 2 neuromarketing tools — a customer journey map and an empathy map. These maps will help not only to distinguish a given niche but also to create an accurate and effective product strategy.

Literature/References

1. Kotler P. Marketing Management / P. Kotler, K. Keller. New Jersey: Person, 2008. 816 p. (15).
2. Fishbein M. Understanding attitudes and predicting social behaviour / Fishbein M., Azjan I., 1975. (Prentice Hall).
3. Sheth J.N. Marketing theory: Evolution and evaluation / Sheth J. N., Gardner D., Garrett D. London, 1988. 256 p.
4. Kohli A. Market-orientation: The construct research propositions and managerial implications / Kohli. A., Jaworski B. // Journal of Marketing. 1990.
5. Kanon J. Psychological analysis of economic behaviour. 1951. 36 p.
6. Herbert S. Rational choice and the structure of the environment. 1956. 156 p. (Psychological Review).
7. Bauer R.A. Consumer Behaviour as Risk Taking. Baltimor: Dynamic marketing for a changing world, proceedings of the 43rd conference of the American Marketing Association, 1960. 567 p.
8. Dichter E. The handbook of consumer motivations. 2009.
9. Doyle P. Marketing Management, Unpublished paper // Bradford University Management Centre. 1983. № 4. P. 46–47.
10. Wind Y., Saaty T. Marketing Applications of the Analytic Hierarchy Process // Marketing Science. 1980. № 26. P. 641–658.
11. Festinger L. A theory of cognitive dissonance. London: Stanford University Press, 1959. (45).
12. Lindgaard G., Fernandes G., Dudek C., Brown J. Attention web designers: You have 50 milliseconds to make a good first impression! // Behaviour & Information Technology. 2006. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01449290500330448> (date of access: 30.03.2023).
13. Kotler P. Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know. 2016. 380 p.
14. Kotler P. Principles of Marketing / Kotler P., Armstrong G. USA: Prentice Hall, 2006. 455 p. (11).
15. Diamond M. MBA Program Textbook: CONSUMER MARKETING 2.0 // Ivey Business School. 2022. URL: <https://www.ivey.uwo.ca/faculty/directory/matthew-diamond/> (date of access: 01.04.2023).

Shevchenko Viktoriia*PhD in Economics (Candidate of Economic Sciences), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Management and Public Administration
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv***Шевченко Вікторія Сергіївна***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту і публічного адміністрування
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова***Kalashnikova Khrystyna***PhD in Economics (Candidate of Economic Sciences), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Management and Public Administration
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv***Калашнікова Христина Ігорівна***кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту і публічного адміністрування
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8762

ORGANISATIONAL AND PERSONAL PLANNING OF THE MANAGER AND EMPLOYEE AT THE ENTERPRISE

ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ТА ОСОБИСТЕ ПЛАНУВАННЯ КЕРІВНИКА ТА ПРАЦІВНИКА НА ПІДПРИЄМСТВІ

Summary. The article considers the obstacles to planning the manager's time and the "myths" of time. The main methods of studying the costs of the working day of managers are systematized. It is determined that the working time of a manager and a specialist at an enterprise is the duration of the working day established by law, with such regularities as: the mental nature of the activity, the presence of creative elements in its implementation, the need to use extensive scientific information, a significant share of time spent on its search, analysis and generalization, high responsibility for the quality of work performed and the correctness of decisions made. The article examines the theoretical foundations of both organizational and personal planning, the causes of time shortage and the main ways to overcome existing problems. The principles of application of time management at an enterprise are considered. It is established that working time planning allows an employee to increase labour productivity by minimizing time costs, reducing workload, determining periods of productive work, getting rid of overloads, and thus reducing the risk of stress in professional activities and interpersonal conflicts in resolving work issues. Decision-making is the work of finding optimal management solutions to achieve the organization's goals. The result of this work is the final management decision. That is why, in order to build an effective time management system, a manager needs to determine the structure of his or her working time. When determining which expenses take up what proportion of working time, the manager should rationalize them, i.e. eliminate unwanted expenses that do not allow achieving goals.

Key words: working hours, planning process, time management, personal work plan, free time.

Анотація. У статті розглянуто перешкоди на шляху планування часу менеджера та "міфи" про час. Систематизовано основні методи дослідження витрат робочого дня менеджерів. Визначено, що робочий час керівника та спеціаліста на підприємстві – це встановлена законодавством тривалість робочого дня, з такими закономірностями, як: розумовий характер діяльності, наявність творчих елементів при її виконанні, необхідність використання великого обсягу наукової інформації, значна частка витрат часу на її пошук, аналіз та узагальнення, висока відповідальність за якість виконаної роботи і правильність прийнятих рішень. У статті розглядаються теоретичні основи як організаційного, так і особистого

планування, причини дефіциту часу та основні шляхи подолання існуючих проблем. Розглянуто принципи застосування тайм-менеджменту на підприємстві. Встановлено, що планування робочого часу дозволяє працівнику підвищити продуктивність праці за рахунок мінімізації витрат часу, зменшити навантаження, визначити періоди продуктивної роботи, позбутися перевантажень, а отже, знизити ризик виникнення стресів у професійній діяльності та міжособистісних конфліктів при вирішенні робочих питань. Вироблення рішень є роботою з пошуку оптимальних управлінських рішень, вкладених у досягнення цілей організації. Результатом виконання цієї роботи є кінцеве вироблене управлінське рішення. Саме тому, для побудови ефективної системи управління часом керівнику необхідно визначити структуру витрат свого робочого часу. При визначенні яких витрат яку частку робочого часу займають, керівник повинен раціоналізувати їх, тобто усунути небажані витрати, які не дозволяють досягати цілей.

Ключові слова: робочий час, процес планування, тайм-менеджмент, особистий робочий план, вільний час.

The problem statement. Planning the use of working time by employees is an important topic in the work of any enterprise, and studying this issue is necessary to increase the efficiency of both individual employees and the organization as a whole. The global trend towards innovation, development and progress adds to the relevance of this topic, and it is clear that in such a frantic rhythm, knowledge of the laws of time management is a necessity.

Overview of recent research and publications. The general problems of time management are addressed by such scholars as R. Ackoff [1], L. Berezovska [2], P. Drucker [3], L. Karamushka [4], O. Krykun [5], J. Lipman-Blumen [6], A. Sakun [7], F. Trompenaars [8], G. Chaika [9], and many other domestic and foreign researchers.

The purpose of the study (task statement). The article is aimed at finding effective methods of organizational and personal planning of a manager and a specialist at an enterprise in modern conditions.

Research results. One of the main properties of the human mind is the ability to predict and choose. Forecasting and choosing are the main stages and goals of planning: predicting the development of events and phenomena and choosing the best variant [10].

Therefore, it is appropriate to pay attention to the foundation on which the entire planning process rests, because it is through it that people plan, and this foundation is time. Of particular importance is the introduction of time management technologies in the HR management system, which allows increasing labour efficiency by optimizing time spent on preparation and decision-making, achieving strategic and tactical goals, performing production and intellectual tasks [11].

Time planning allows an employee to increase labour productivity by minimizing time costs, reducing workload, determining periods of productive work, getting rid of overloads, and thus reducing the risk of stress in professional activities and interpersonal conflicts in resolving work issues.

Time planning has a positive effect on the psychological state of the manager; he or she gets more satisfaction from work, and increases self-confidence as a professional who performs tasks in a timely and high-quality manner.

It is also advisable to take into account the existing factors that hinder the planning process. Researchers identify the following obstacles to managerial time planning and time “myths” [12]:

- underestimation of the importance of time management;
- lack of knowledge, skills and abilities in time management;
- laziness, disorganization (10% of managers need 10% more time; 40% — 25%; every second manager needs 50% or more additional time);
- habit of overloading;
- indecision, tendency to slow down, etc.

Thus, the working time of a manager and a specialist at an enterprise is the duration of the working day established by law, with such regularities as: the mental nature of the activity, the presence of creative elements in its implementation, the need to use extensive scientific information, a significant proportion of time spent on its search, analysis and generalization, high responsibility for the quality of work performed and the correctness of decisions made.

The study of managers’ working time expenditures is possible using various methods (table 1).

After the actual observation, the stage of data processing follows. However, the most important stage is the analysis of the results, as recording data without further analysis will not yield any results. The analysis can help identify the main losses of the working day, develop recommendations for their elimination, and improve the personal effectiveness of the manager.

Today, companies are increasingly paying attention to time management as an interdisciplinary area of science and practice dedicated to the study of problems and methods of optimizing time costs in various areas of professional activity.

Effective time management implies a carefully thought-out plan for each day, which should be drawn up that evening. Planning itself, if you stick to it, will save you a lot of time. It is better to write down the plan on a piece of paper, and then, as you complete a particular item, cross it out and, if necessary, add a new one [13].

In accordance with the principles of time management, it is advisable to divide all the tasks in the

Table 1

Methods for studying managers' working time

	The method	Description/features	Purpose
1	Working day photo	a type of observation in which all costs of the working day are measured	Identification of working time losses and development of recommendations for their elimination, development of norms and standards for the most frequently repeated time expenditures, as well as the reasons for failure to complete tasks
2	Self-photography of a working day	a type of observation in which the employee records the data on the costs of the working day independently	The observer moves along a certain predefined route and records all the processes that employees are currently performing
3	Method of momentary observations	the process of recording the costs of a working day at randomly selected intervals	Identification of the duration of repetitive operations for the development of rules and regulations, as well as the identification of systematic "time eaters" and the development of measures to eliminate them
4	Timing	a method of observation in which cyclical elements of work are recorded	

Source: compiled by the authors

plan into three groups. The first group includes urgent, immediate tasks and foreseeable problems that may arise on the day to be planned. For effective time management, no more than two issues should be identified. All of these issues, regardless of how they feel, must be resolved on the day they are scheduled.

The second group of the plan is important, but not immediately urgent, tasks. They can be completed if a part of the time that was planned for something else suddenly becomes available on the day you have scheduled. If something important, but not urgent, cannot be done on that day, it will later move from the second group to the first.

The third group of the personal time management plan consists of small routine tasks. These little things should not only be taken into account when planning, but also eliminated as soon as possible — they have a tendency to disrupt any, even very well-organized, activity.

Organizing such groups is especially important if time management is used in the creation of medium and large-scale businesses. It helps to identify the most significant aspects of the work of all employees of this organization, including their management team. However, it will not be enough to increase the productivity of the team by forming groups alone. According to the rules of time management, each major task should be divided into several sub-tasks when planning. These sub-items should describe in detail the goals of a particular job, the ways to achieve the goals, and the main tasks of that job. Then, for each group of tasks, you should determine the optimal time to perform them and the approximate duration of the task.

On the other hand, the rules of time management include consideration of the need for personal involvement of a person in the implementation of a task. For example, in organizations, some tasks can be assigned to specially trained personnel, who are also responsible for the quality of the work.

To the general plan of time allocation, improving the effectiveness of time management, it is advisable to add another plan, which is an alternative to the first one in case of any force majeure. Such a plan is a kind of emergency solution to critical situations. It will not only allow you to make the right decisions quickly, but will also save your nerves and time if something unexpected happens [14].

It often happens that in practice, time planning consists in its distribution by type of work. The generalized allocation of time is regulated by the working day schedule, which is based on the schedule of senior management, takes into account the frequency of individual tasks and coordinates them. It should be borne in mind that as the level of management increases, the time spent on managing the core business decreases, and the time spent on organizational work, administrative work, representation, and solving social problems increases. The process of developing a manager's personal work plan consists of several stages.

The first stage is for the manager to draw up a list of tasks to be completed in the planning period. These may be some tasks from the list of promising tasks that were not completed in the previous period, and you can also add other tasks and tasks that arise during the working period, if possible. It is important to note that the list of tasks should be made in writing.

For example, the to-do list for the day may include such issues as receiving visitors and holding meetings, working with documents, telephone conversations or business trips, and so on. At this stage, only an approximate ranking of tasks is sufficient, i.e., their distribution by degree of importance or urgency.

The second stage involves determining the time required for each type of work, which is done after compiling a list of tasks that are prescribed in the first stage. This is certainly a difficult task, as it

is not easy for a manager to predict in advance how much time a particular task will take. Much of this depends on the complexity and unusual nature of the tasks to be solved, the experience and professionalism of the manager, the qualifications of the management staff and other factors. At the same time, the duration of a number of management actions can be estimated quite accurately.

The third stage. Since the manager cannot predict in advance what tasks will need to be completed during the planning period, it is logical to reserve time for unforeseen tasks. Generally speaking, a manager's working time can be divided into three parts with the following time allocation:

- planned tasks — 60% (based on an 8-hour working day, the planned activity should not exceed 5–6 hours);
- time reserve for unforeseen work — 20%;
- reserve time for creative activities of managers — 20%.

Thus, the ratio between the planned time and the reserve should be 60/40.

The fourth stage is to determine the working time fund for the planned period. When determining the planned time, you should proceed from 5–6 hours per day. Thus, in the weekly plan for a five-day week, the total working time fund will be 40 hours, and no more than 30 hours will be used to solve planned tasks.

Fifth stage: before finalizing your personal work plan, you need to control the comparison of the time spent on planned work calculated in the second stage with the working time fund. If there is an excess of time required over the fund of the planning period, it is necessary to revise the list of planned work. The manager should rank the planned activities in terms of their importance and urgency and eliminate secondary activities. For example, not very urgent tasks can be postponed to the next period. The manager can delegate some of the work to subordinates.

Sixth stage: at this stage, the manager usually draws up a personal work plan to be implemented. For convenience, it is recommended to do this with the help of time diaries, which reflect tasks, necessary actions, phone numbers, addresses and other information.

Thus, thanks to a simple set time reserve, the manager can adequately respond to possible complications in the implementation of certain tasks, solve unforeseen problems, engage in creativity, etc. during the planned period. Practice shows that planning personal labour does not require significant time from the manager.

Time management helps to use not only working time but also leisure time more efficiently. In addition, it is recommended not to take work home, to organize everyday life so that it takes a minimum of time, to carefully plan your free time in advance and follow these plans, in particular, to regularly practice emotional and physical switching. An interesting fact is that in American companies, if an ordinary employee stays at work longer than the time stipulated in their employment contract, this fact can be a reason for dismissal, as it indicates that the employee does not have time to complete their tasks during their working hours. Another important recommendation is to use not only weekends but also at least one evening of the working day per week for active recreation, as well as to use mini-vacations, long weekends and holidays. When travelling on business, plan free time (from a few hours to two days) to see local attractions. Set rules for using the phone, email, Internet, etc. during your holiday and stick to them.

Conclusions and further research perspectives.

Thus, professionals and managers of any level should take into account that not all people are close in spirit and psychologically suited to strict order and constant planning: creative people are advised to create conditions that provide for spontaneity, freedom of choice and action, and their performance and efficiency will increase many times over. In a rigidly defined framework, they feel uncomfortable, and the results of their work barely reach the required level. In general, for a large team, it is more rational to use technologies that avoid rigid planning, maintain flexibility and the ability to respond to force majeure, leaving a reserve and encouraging creativity, enthusiasm and passion for the work. This is especially important for the Ukrainian business person who has to constantly work with chaos and uncertainty, both in the external and internal environment.

Literature

1. Ackoff R. Why few organizations adopt systems thinking in: *Systems Research and Behavioral Science*. 2006. 23. P. 705–708. URL: https://ackoffcenter.blogs.com/ackoff_center_weblog/files/Why_few_adopt_ST.pdf (date of access: 05.04.2023)
2. Березовська Л.І. Самовиховання та самореалізація особистості: навч. посіб. Київ: Видавничий Дім «Слово», 2011. 168 с. URL: https://library.udpu.edu.ua/library_files/439675.pdf (date of access: 05.04.2023)
3. Drucker P. *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*. 1973. p. 325. URL: http://rlaexp.com/studio/biz/conceptual_resources/authors/peter_drucker/what-executives-should-remember.pdf (date of access: 05.04.2023)

4. Карамушка Л.М. Лідерство в організації: аналіз основних підходів та важливість їх застосування в організаціях системи вищої освіти / Л.М. Карамушка, Т.Г. Фелькель // Проблеми сучасної психології. 2013. № 2. С. 52–60.
5. Крикун О.А. Самоменеджмент: навч. посіб. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2014. 344 с. URL: <http://surl.li/beicw> (date of access: 05.04.2023)
6. Lipman-Blumen J. *Connective Leadership. Managing in a Changing World*. Oxford: Oxford University Press. 2000. 405 p.
7. Сакун А.А. Самоменеджмент: навч. посіб. Одеса: ОНАС ім. О.С. Попова, 2015. 144 с. URL: <https://docplayer.com/48494367-Samomenedzhment-sakun-a-a-avetisyan-k-p-kalugina-n-a.html> (date of access: 05.04.2023)
8. Trompenaars F. *21 Leaders for the 21st Century: How Innovative Leaders Manage in the Digital Age* / Fons Trompenaars, Charles Hampden Turner. New York: McGraw-Hill Education. 2001. 356 p.
9. Чайка Г.Л. Самоменеджмент менеджера: навч. посіб. К.: Знання, 2014. 422 с. URL: http://library.kpi.kharkov.ua/files/new_postupleniya/chaykamen.pdf (date of access: 05.04.2023)
10. Глущик С.В. Сучасні ділові папери: Навчальний посібник / С.В. Глущик, О.В. Дияк, С.В. Шевчук. вид. 7-ме, випр. К.: Літера ЛТД, 2013. 416 с. URL: <http://194.44.152.155/elib/local/sk787070.pdf> (date of access: 07.04.2023)
11. Ажажа М.А. Самоменеджмент в органах публічного адміністрування: метод. посіб. Запоріжжя: ЗЦППКК, 2018. 40 с.
12. Charan R. *The Leadership Pipeline: How to Build the Leadership Powered Company* / R. Charan, S. Drotter, J. Noel. San Francisco: Jossey-Bass, 2011. 248 p.
13. Основи самоменеджменту та лідерства: навчальний посібник / В.М. Лугова, С.М. Голубев. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 212 с. URL: <http://surl.li/beihl> (date of access: 08.04.2023)
14. Механізм мотивації управлінського персоналу: монографія / М.С. Дороніна, Л.О. Сасіна, В.М. Лугова, Г.О. Надьон. Харків: АдвАтм, 2010. 240 с. URL: <https://www.twirpx.com/file/535413/> (date of access: 08.04.2023)

References

1. Ackoff R. *Why few organizations adopt systems thinking in: Systems Research and Behavioral Science*. 2006. 23. P. 705–708. URL: https://ackoffcenter.blogs.com/ackoff_center_weblog/files/Why_few_aopt_ST.pdf (date of access: 05.04.2023)
2. Berezovska L.I. *Samovykhovannia ta samorealizatsiia osobystosti: navch. posib*. Kyiv: Vydavnychi Dim “Slovo”, 2011. 168 s. URL: https://library.udpu.edu.ua/library_files/439675.pdf (date of access: 05.04.2023)
3. Drucker P. *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*. 1973. p. 325. URL: http://rlaexp.com/studio/biz/conceptual_resources/authors/peter_drucker/what-executives-should-remember.pdf (date of access: 05.04.2023)
4. Karamushka L.M. *Liderstvo v orhanizatsii: analiz osnovnykh pidkhodiv ta vazhlyvist yikh zastosuvannia v orhanizatsiiah systemy vyshchoi osvity* / L.M. Karamushka, T.H. Felkel // *Problemy suchasnoi psykholohii*. 2013. № 2. S. 52–60.
5. Krykun O.A. *Samomenedzhment: navch. posib*. Kharkiv: KhNU imeni V.N. Karazina, 2014. 344 s. URL: <http://surl.li/beicw> (date of access: 05.04.2023)
6. Lipman-Blumen J. *Connective Leadership. Managing in a Changing World*. Oxford: Oxford University Press. 2000. 405 r.
7. Sakun A.A. *Samomenedzhment: navch. posib*. Odessa: ONAS im. O.S. Popova, 2015. 144 s. URL: <https://docplayer.com/48494367-Samomenedzhment-sakun-a-a-avetisyan-k-p-kalugina-n-a.html> (date of access: 05.04.2023)
8. Trompenaars F. *21 Leaders for the 21st Century: How Innovative Leaders Manage in the Digital Age* / Fons Trompenaars, Charles Hampden Turner. New York: McGraw-Hill Education. 2001. 356 r.
9. Chaika H.L. *Samomenedzhment menedzhera: navch. posib*. K.: Znannia, 2014. 422 s. URL: http://library.kpi.kharkov.ua/files/new_postupleniya/chaykamen.pdf (date of access: 05.04.2023)
10. Hlushchik S.V. *Suchasni dilovi papery: Navchalnyi posibnyk* / S.V. Hlushchik, O.V. Dyiak, S.V. Shevchuk. vyd. 7-me, vypr. K.: Litera LTD, 2013. 416 s. URL: <http://194.44.152.155/elib/local/sk787070.pdf> (date of access: 07.04.2023)
11. Azhazha M.A. *Samomenedzhment v orhanakh publicnogo administruvannia: metod. posib*. Zaporizhzhia: ZTsPPKK, 2018. 40 s.
12. Charan R. *The Leadership Pipeline: How to Build the Leadership Powered Company* / R. Charan, S. Drotter, J. Noel. San Francisco: Jossey-Bass, 2011. 248 r.
13. *Osnovy samomenedzhmentu ta liderstva: navchalnyi posibnyk* / V.M. Luhova, S.M. Holubiev. Kharkiv: Kh-NEU im. S. Kuznetsia, 2019. 212 s. URL: <http://surl.li/beihl> (date of access: 08.04.2023)
14. *Mekhanizm motyvatsii upravlinskogo personalu: monohrafiia* / M.S. Doronina, L.O. Sasina, V.M. Luhova, H.O. Nadon. Kharkiv: AdvAtm, 2010. 240 s. URL: <https://www.twirpx.com/file/535413/> (date of access: 08.04.2023)

Караван Наталія Анатоліївна

*кандидат економічних наук, доцент,
декан факультету менеджменту, економіки, соціології та філології
Дніпровський державний технічний університет*

Karavan Natalia

*PhD of Economic Sciences, Associate Professor,
Dean of the Faculty of Management, Economics, Sociology and Philology
Dniprovsk State Technical University
ORCID: 0000-0002-6845-7862*

Кізілова Вероніка Леонідівна

*здобувач вищої освіти
Дніпровського державного технічного університету*

Kizilova Veronika

*Higher Education Student
Dniprovsk State Technical University*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8789

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИТРАТ COST EFFICIENCY ANALYSIS

Анотація. Проведено дослідження економічної категорії «витрати». Зазначено, що усі існуючі підходи до визначення сутності цієї категорії в фаховій літературі згруповано наступним чином: ресурсно-виробничий, фінансово-грошовий, економічний, бухгалтерський, управлінський, маркетинговий, аналітичний нормативно-правовий. Підкреслено, що між різними підходами до визначення сутності «витрат» існують не тільки певні відмінності, а й взаємозалежності. Це в першу чергу стосується ресурсно-виробничого та фінансово-грошового підходів. Так в межах обох підходів «витрати» розглядаються як грошове вираження ресурсів. Але при цьому в межах фінансово-грошового підходу досліджується не тільки процес виробництва продукції, а й процеси реалізації, управління, організації. Наголошено, що при розгляді «витрат» як об'єкту аналізу в системі управління витратами важливо виділяти наступне: витрати – це вартість використаних у процесі виробництва та реалізації продукції економічних ресурсів; витрати – чинник формування прибутку. Із усієї сукупності ресурсів автором виділено технічні та трудові. Це обґрунтовується тим, що саме вони є активною частиною потенціалу підприємства, яка в першу чергу формує кількісні та якісні характеристики кінцевих результатів діяльності. У якості критеріального показника в процесі аналізу ефективності витрат прийнято обернене співвідношення до обсягів виробництва й реалізації продукції, рівня прибутку. Запропонована 9-факторна модель аналізу ефективності витрат на виробництво продукції на підставі співвідношення «випуск продукції/витрати». На відміну від інших, модель дозволяє врахувати вплив зміни ефективності використання відразу двох ресурсів: трудових та технічних. Модель дозволяє одночасно врахувати наступні фактори: чисельність робітників, фонд робочого часу, продуктивність праці, вартість основних засобів (у тому числі їх активної частини), а також ефективність їх використання. Запропонована модель, в залежності від мети аналізу, може бути розширена та модифікована у співвідношення «прибуток/витрати» за рахунок включення в неї наступних факторів: співвідношення реалізованої та виробленої продукції; частки продукції вищого ґатунку в загальних обсягах реалізації, рентабельність обороту, питомої ваги чистого прибутку.

Ключові слова: витрати, ресурси, факторний аналіз, ефективність.

Summary. A study of the economic category «costs» was conducted. It is noted that all existing approaches to the definition of the essence of this category in the professional literature are grouped as follows: resource-production, financial-monetary, economic, accounting, managerial, marketing, analytical regulatory and legal. It is emphasized that there are not only certain differences, but also interdependencies between different approaches to defining the essence of «costs». This primarily concerns the resource-production and financial-monetary approaches. Thus, within both approaches, «costs» are considered as a monetary expression of resources. But at the same time, within the framework of the financial and monetary approach, not only the process of production of products, but also the processes of implementation, management, and organization are investigated. It

is emphasized that when considering «costs» as an object of analysis in the cost management system, it is important to highlight the following: costs are the cost of economic resources used in the process of production and sale of products; expenses are a factor in the formation of profit. The author selected technical and labor resources from the entire set of resources. This is justified by the fact that they are an active part of the company's potential, which primarily forms the quantitative and qualitative characteristics of the final results of the activity. As a criterion indicator in the process of cost effectiveness analysis, the inverse ratio to the volume of production and sale of products, the level of profit, is accepted. A 9-factor model of the analysis of the efficiency of production costs based on the «output/cost» ratio is proposed. Unlike others, the model allows taking into account the impact of changes in the efficiency of using two resources at once: labor and technical. The model allows you to simultaneously take into account the following factors: the number of workers, the working time fund, labor productivity, the cost of fixed assets (including their active part), as well as the efficiency of their use. The proposed model, depending on the purpose of the analysis, can be expanded and modified into a «profit/cost» ratio by including the following factors in it: the ratio of sold and manufactured products; the share of high-quality products in the total volume of sales, profitability of turnover, specific weight of net profit.

Key words: costs, resources, factor analysis, efficiency.

Постановка проблеми. Витрати — це важлива економічна категорія, яка використовується для оцінки фінансового результату діяльності підприємства, рівня технології й організації виробництва, рівня конкурентоспроможності й ціни продукції. Величина витрат формується під впливом багатьох чинників, які необхідно врахувати при обґрунтуванні критерію ефективності в процесі управління витратами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження сутності категорії «витрати» присвячені роботи таких вчених, як, зокрема, Цим питанням займалися наступні вчені: І. А. Бланк [1], О. Варчук [2], І. Й. Кравченко [3], В. Ю. Нестеренко [4], О. В. Родіна [5], Г. В. Савицька [6], Н. М. Ткаченко [7], І. Д. Фаріон [8], М. В. Чорна [9], Л. О. Ющишина [10] та ін.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Дослідження категорії «витрати» як об'єкту аналізу у системі управління витратами шляхом вирішення наступних завдань: узагальнення існуючих підходів до визначення економічної сутності показника «витрати»; обґрунтування критеріального показника аналізу ефективності витрат; розробка напрямів вдосконалення факторного аналізу ефективності витрат.

Виклад основного матеріалу. Вибір критеріального показника для аналізу ефективності використання витрат базується на визначенні економічної сутності цього показника. В фаховій літературі представлені різні підходи до визначення змісту категорії «витрати». Наприклад, Бланк І. А. пропонує наступне визначення: «виражені у грошовій формі витрати, які несуть підприємства в процесі здійснення своєї господарської діяльності. За своїм характером вони поділяються на довгострокові (інвестиції) та поточні. Поточні витрати підприємства пов'язані із вирішенням їм в процесі господарської діяльності тактичних (операційних) задач — закупівлею сировини й матеріалів, їх транспортуванням, зберіганням та переробкою; реалізацією готової продукції (товарів, послуг); обслуговуванням матеріально-технічної бази; утриманням персоналу

і т.п.» [1, с. 7]. Ющишина Л. О. розглядає витрати як «обсяг спожитих виробничих факторів (матеріальних, фінансових, трудових ресурсів), необхідних для здійснення підприємством господарської діяльності, направленої на отримання прибутку та максимізацію добробуту власників у грошовому вираженні» [10]. В навчальному посібнику, який підготували Чорна М. В., Смірнова П. В., Бугріменко Р. М., «витрати» представляються як виражений у грошовому виразі обсяг ресурсів, що використовується з визначеною метою і може трансформуватися у собівартість продукції (робіт, послуг) [9, с. 11]. Нестеренко В. Ю., Токар І. І. надають наступне визначення витрат: «сукупність усіх спожитих ресурсів на виробництво того чи іншого продукту. Вони характеризують вартість виробництва продукції для підприємства. Витрати підприємства складаються зі спожитих засобів виробництва та заробітної плати і набувають форми собівартості продукції [4]. Відповідно до п. 3 розділу І НП(С)БО 1 витрати — це зменшення економічних вигід у вигляді зменшення активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками) [11].

Слід зазначити, що наведені та усі інші визначення сутності категорії «витрати» в економічній літературі розглядаються з точки зору відповідності певному підходу. Водночас їх назви та кількісний зміст дещо різняться. Наприклад, Ткаченко Н. М. та Гуріна Н. В. після аналізу різних тлумачень економічної сутності категорії «витрати» зробили висновок, що її можна «розглядати з двох позицій: у контексті собівартості та у широкому розумінні, як вартість ресурсів, використаних підприємством для здійснення фінансово-господарської діяльності» [7]. Кравченко І. Й. відокремлює наступні два підходи: бухгалтерський та управлінський [3]. Родіна О. В. надає більш розгорнуту характеристику та узагальнює підходи до визначення сутності категорії «витрати» наступним чином: ресурсно-виробничий,

фінансово-грошовий, економічний, бухгалтерський, управлінський, маркетинговий, аналітичний нормативно-правовий Відповідно до виділених підходів зміст категорії «витрати» наступний: ресурсно-виробничий підхід — «витрати — спожиті ресурси, використані у виробництві»; фінансово-грошовий підхід — «витрати — виражені у грошовій формі витрачені ресурси»; економічний підхід — «витрати — усі ресурси, необхідні для забезпечення виробництва і збуту продукції»; бухгалтерський підхід — «витрати — важлива складова діяльності підприємства, що споживається для отримання доходу і потребує обліку»; управлінський підхід — «витрати — чинник, необхідний для прийняття управлінського рішення, що може мати цільову спрямованість для забезпечення різних функцій управління»; аналітичний підхід — «витрати — це чинник формування прибутку та складова його аналізу»; нормативно-правовий підхід — «витрати — це зменшення активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу» [5, с. 1184].

Узагальнюючі різні підходи до визначення сутності категорії «витрати» вчені пропонують свої власні визначення, що розглядають категорію одночасно з точки зору різних підходів. Наприклад, Родіна О.В. надає наступне визначення: ««витрати — це усі ресурси і фактори виробництва, що потребують обліку, виражені у грошовій формі, а також використані в процесі господарської діяльності для отримання фінансового результату і потрібні для його аналізу, прийняття управлінського рішення, а також є внутрішнім ціноутворюючим чинником» [5, с. 1182]. Варчук О. вважає, що «витрати — це зменшення активів(необоротних активів, запасів, грошових коштів та іншого майна) або збільшення зобов'язань підприємства (перед постачальниками, бюджетом, та іншими кредиторами), що призводить до зменшення економічних вигід та власного капіталу у звітному періоді в результаті здійснення господарської діяльності» [2, с. 102]. На думку Фаріон В.Я. «під витратами слід розуміти сукупність використаних у процесі основної та іншої звичайної діяльності ресурсів, виражених у вартісних вимірниках, обрахованих за прийнятими в галузі правилами і мотивованих цілям отримання прибутку, а також зменшення зобов'язань підприємства перед бюджетом, банками та іншими кредиторами» [8, с. 45].

Слід зазначити, що між усіма підходами до визначення сутності категорії «витрати» існують не тільки відмінності, але й взаємозалежності. В першу чергу це стосується поєднання ресурсно-виробничого та фінансово-грошового підходів. Загальним є те, що в межах обох підходів витрати розглядаються — як грошове вираження ресурсів. Однак, в межах ресурсно-виробничого підходу витрати пов'язуються, в більшій мірі, із процесом

придбання ресурсів та використанням їх для виробництва готової продукції. В межах фінансово-грошового підходу, крім цього, розглядаються також витрати пов'язані із процесом реалізації продукції, управління та організації виробництва.

Таким чином, в економічній літературі зустрічаються різні підходи до визначення сутності категорії «витрати».

На нашу думку, при розгляді «витрат» як об'єкту аналізу в системі управління витратами важливо виділити наступні її характеристики:

- витрати — це вартість використаних у процесі виробництва та реалізації продукції економічних ресурсів (трудових; фінансових; матеріальних, які складаються з основних і оборотних засобів; нематеріальних; інформаційних);
- витрати — чинник формування прибутку (за інших рівних умов, зниження витрат призводить до збільшення прибутку).

Слід зазначити, що аналіз витрат відбувається шляхом розрахунку та оцінки цілої низки показників, серед яких можуть бути виділені наступні: абсолютних значень, структури, динаміки, ефективності тощо.

У загальному вигляді показник «*ефективність*» представляє собою співвідношення «*результату*» та «*витрат*». По відношенню до процесу аналізу ефективності витрат на виробництво продукції (В) у якості критеріальних показників, що характеризують «*результат*» можуть бути прийняті наступні: обсяги виробництва продукції (ВП), обсяги реалізації продукції (РП) та рівень прибутку (П). В процесі факторного аналізу критеріальний показник, на нашу думку, доцільно розглядати з точки зору технічних та трудових ресурсів. Це обґрунтовується тим, що саме вони є активною частиною потенціалу підприємства, яка в першу чергу формує кількісні та якісні характеристики кінцевих результатів діяльності підприємства.

Таким чином, аналіз ефективності витрат на виробництво продукції передбачає дослідження наступних співвідношень: «ВП/В», «РП/В», «П/В». В залежності від сукупності чинників, що аналізуються, можуть бути побудовані різні багатофакторні моделі, які, наприклад, детально описані Савицькою Г.В. [6]. Нами пропонується 9-факторна модель аналізу ефективності витрат на виробництво продукції на підставі співвідношення «ВП/В». Структурно-логічна схема цієї моделі наведена на рис. 1.

Важливим, на нашу думку, є те, що використання запропонованої моделі в процесі аналізу ефективності витрат на виробництво продукції дозволить врахувати вплив зміни ефективності використання відразу двох ресурсів: трудових та технічних. При побудові моделі нами досліджувалися чинники впливу на кожен із цих ресурсів.

Так з точки зору трудових ресурсів обсяги ВП, в першу чергу, визначаються такими чинниками як: чисельність робітників, які безпосередньо зайняті виготовленням продукції; фондом робочого часу та продуктивністю праці.

Логічно існує пряма залежність між кожним фактором та співвідношенням «ВП/В». Так за інших рівних умов збільшення величини «частки працівників у загальній чисельності виробничо-промислового персоналу» (%Р), «кількості днів, які відпрацьовані одним робітником» (Ді), «середньої тривалості робочого дня» (Т) та «середньогодинного виробітку робітника» (Вр) призведе до відповідного збільшення обсягів ВП. Як наслідок

зросте значення співвідношення «ВП/В». Саме така зміна стане свідченням підвищення ефективності витрат на виробництво продукції за певний період часу. При цьому, фактор «середня заробітна плата одного працівника» (ЗПі) знаходиться у зворотній залежності до критеріального співвідношення «ВП/В».

З точки зору технічних ресурсів обсяги ВП визначаються такими чинниками як: обсяг основних фондів, і в першу чергу, активної частини, а також ефективністю їх використання. Саме тому при побудові моделі була врахована пряма залежність між зміною «фондовіддачі активної частини основних фондів» (ФВа), «питомої ваги активної



Рис. 1. Структурно-логічна модель факторного аналізу ефективності витрат на виробництво продукції на підставі співвідношення «ВП/В»
Джерело: розробка автора на основі [6]

частини основних фондів» (%ОФа) та «фондомісткістю виробленої продукції» (Фм).

З урахуванням вище означених факторів пропонується наступна модель для проведення факторного аналізу співвідношенням «ВП/В» з метою оцінки зміни ефективності використання витрат:

$$\frac{ВП}{В} = \frac{1}{\Phi ЗП / Чнвп} \times \frac{Чр}{Чнвп} \times \frac{\sum Di}{Чр} \times \frac{\Phi РЧ}{\sum D} \times \frac{ВП}{\Phi РЧ} \times \frac{ВП}{ОФа} \times \frac{ОФ}{ОФ} \times \frac{ОФ}{ВП} \times \frac{РП}{РП} \times \frac{РПвг}{РП} \times \frac{П}{РПвг} \times \frac{ЧП}{П} \quad (1)$$

або

$$\frac{ВП}{В} = \frac{1}{ЗПi} \times \%Р \times Di \times T \times Vr \times \Phi Ва \times \%ОФа \times \Phi м \quad (2)$$

де $Чр$ — середньооблікова чисельність робітників; $Чнвп$ — середньооблікова чисельність промислово-виробничого персоналу; $\sum Di$ — кількість днів, яку відпрацювали усі робітники; $\Phi РЧ$ — фонд робочого часу, днів; $ОФа$ — обсяг активної частини основних фондів; $ОФ$ — загальний обсяг основних фондів.

Слід зазначити, що умовах ринкової економіки для промислових підприємств важливим є не тільки збільшення обсягів ВП, а й забезпечення умов її реалізації. Тільки реалізація продукції дозволить відшкодувати витрати на виробництво продукції та забезпечити певний приріст вартості капіталу. При цьому, через реалізацію важливо врахувати не тільки економічний інтерес підприємства, а й соціальну складову — реалізована продукція повинна бути високої якості та задовольняти потреби споживачів. Саме тому модель, що пропонується, відповідно до критеріального

співвідношення «П/В» може бути модифікована наступним чином:

$$\frac{ЧП}{В} = \frac{1}{\Phi ЗП} \times \frac{Чр}{Чнвп} \times \frac{\sum Di}{Чр} \times \frac{\Phi РЧ}{\sum Di} \times \frac{ВП}{\Phi РЧ} \times \frac{ВП}{ОФа} \times \frac{ОФ}{ОФ} \times \frac{РП}{ВП} \times \frac{РПвг}{РП} \times \frac{П}{РПвг} \times \frac{ЧП}{П} \quad (3)$$

або

$$\frac{ЧП}{В} = \frac{1}{ЗПi} \times \%Р \times Di \times T \times Vr \times \Phi Ва \times \%ОФа \times \Phi м \times \%РП \times \%РПвг \times Ро \times \%ЧП \quad (4)$$

Модель (1) модифікована та розширена за рахунок включення наступних факторів: «співвідношення реалізованої та виробленої продукції» (%РП); «частка продукції вищого гатунку в загальних обсягах РП» (%РПвг); «рентабельність обороту» (Ро); «питома вага чистого прибутку у загальному обсязі валового прибутку» (%ЧП). Виділення чинників впливу на обсяги ЧП дозволяє побудувати модель факторного аналізу ефективності витрат на виробництво продукції на підставі співвідношення «П/В».

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, запропоновані моделі дозволяють провести факторний аналіз та дослідити вплив чинників формування ефективності витрат з урахуванням змін кількісних й якісних характеристик трудових та технічних ресурсів. При цьому, у якості критеріальних можуть бути прийнятими показники, що характеризують як обсяги виробництва продукції так і рівень прибутковості її реалізації. В залежності від мети аналізу перелік факторів може бути дещо змінений або більш деталізовано.

Література

1. Бланк І.А. Словарь-справочник финансового менеджера. К.: «Ника-Центр», 1998. 480 с. (Серия «Библиотека финансового менеджера»; Вып 1). URL: <http://amac.md/biblioteca/data/26/01/Printable/1998.pdf> (дата звернення: 10.02.2023)
2. Варчук О. Проблеми визначення поняття «витрати». Галицький економічний вісник. 2012. № 6(39). С. 98–103.
3. Кравченко І.Й. Витрати: науково-методичні підходи щодо сутності даної категорії. 2019. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/31780/1/11.07.20-3.pdf> (дата звернення: 18.02.2023)
4. Економіка виробництва: Конспект лекцій. Букліб. Харків, 2012. URL: <https://buklib.net/books/37321/> (дата звернення: 16.01.2023)
5. Родіна О.В. Сучасні підходи до визначення сутності категорії «витрати» Економіка і суспільство: науковий журнал / засн.: Мукачівський державний університет. 2017. № 9. С. 1181–1185. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/9_ukr/203.pdf (дата звернення: 26.02.2023)
6. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навчальний посібник. К.: Знання, 2005. 662 с.
7. Ткаченко Н.М., Гуріна Н.В. Історичний генезис понять «витрати» і «затрати»: Обліково-економічний аспект. Ефективна економіка: електронний журнал. 2015. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4278> (дата звернення: 20.12.2022)
8. Фаріон В.Я. Сутність витрат як економічної категорії. Вісник Чернівецького торгово-економічного інституту. 2013. Вип 1(49). С. 44–47. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/13844/1/1Сутність витрат як економічної.pdf> (дата звернення: 06.02.2023)

9. Управління витратами: навч. посіб. 2017. 166 с. URL: <https://ktep.kiev.ua/wp-content/uploads/2019/12/Upravlyannya-vitratami-CHorna-M.-V..pdf> (дата звернення: 25.01.2023)
10. Ющишина Л. О. Менеджмент ресурсів та витрат: курс лекцій. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022. 103 с. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/21299/3/menedz_resurs_vytrat.pdf (дата звернення: 05.02.2023)
11. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України 07.02.2013 № 73. Міністерство фінансів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#n17> (дата звернення: 10.02.2023)

References

1. Blank I. A. Slovar-spravochnik finansovoho menedzhera. K.: «Nika-Tsentr», 1998. 480 s. (Seryia «Biblioteka finansovoho menedzhera»; Vyp 1). URL: <http://amac.md/biblioteca/data/26/01/Printable/1998.pdf> (date of access: 10.02.2023)
2. Varchuk O. Problemy vyznachennia poniattia «vytraty». Halytskyi ekonomichnyi visnyk. 2012. № 6(39). S. 98–103.
3. Kravchenko I. Y. Vytraty: naukovo-metodychni pidkhody shchodo sutnosti danoi katehorii. 2019. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/31780/1/11.07.20-3.pdf> (date of access: 18.02.2023)
4. Ekonomika vyrobnytstva: Konspekt lektsii. Buklib. Kharkiv, 2012. URL: <https://buklib.net/books/37321/> (date of access: 16.01.2023)
5. Rodina O. V. Suchasni pidkhody do vyznachennia sutnosti katehorii «vytraty» Ekonomika i suspilstvo: naukovyi zhurnal / zasn.: Mukachivskiy derzhavnyi universytet. 2017. № 9. S. 1181–1185. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/9_ukr/203.pdf (date of access: 26.02.2023)
6. Savytska H. V. Ekonomichnyi analiz diialnosti pidpriemstva: Navchalnyi posibnyk. K.: Znannia, 2005. 662 s.
7. Tkachenko N. M., Hurina N. V. Istorychni henezys poniat «vytraty» i «zatraty»: Oblikovo-ekonomichnyi aspekt. Efektyvna ekonomika: elektronnyi zhurnal. 2015. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4278> (date of access: 20.12.2022)
8. Farion V. Ya. Sutnist vytrat yak ekonomichnoi katehorii. Visnyk Chernivetskoho torhovo-ekonomichnoho instytutu. 2013. Vyp 1(49). S. 44–47. URL: http://dspace.wnu.edu.ua/bitstream/316497/13844/1/1Sutnist_vytrat_yak_ekonomichnoi.pdf (date of access: 06.02.2023)
9. Upravlinnia vytratamy: navch. posib. 2017. 166 s. URL: <https://ktep.kiev.ua/wp-content/uploads/2019/12/Upravlyannya-vitratami-CHorna-M.-V..pdf> (date of access: 25.01.2023)
10. Yushchyshyna L. O. Menedzhment resursiv ta vytrat: kurs lektsii. Lutsk: Volynskiy natsionalnyi universytet imeni Lesi Ukrainky, 2022. 103 s. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/21299/3/menedz_resurs_vytrat.pdf (date of access: 05.02.2023)
11. Natsionalne polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 1 «Zahalni vymohy do finansovoi zvitnosti»: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy 07.02.2013 № 73. Ministerstvo finansiv Ukrainy. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#n17> (date of access: 10.02.2023)

Устименко Олег Олександрович

*магістрант кафедри менеджменту
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»*

Ustymenko Oleh

*Master's Student of the Department of Management
National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»*

Прохоренко Олена Вікторівна

*кандидат економічних наук, доцент,
завідувачка кафедри менеджменту
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»*

Prokhorenko Olena

*PhD, Associate Professor,
Head of the Management Department
National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»
ORCID: 0000-0001-7069-1431*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8824

АУТСОРСИНГ З ПОЗИЦІЇ ТЕОРІЇ СИСТЕМ OUTSOURCING FROM THE POSITION OF THE SYSTEMS THEORY

Анотація. У роботі проаналізовано останні дослідження аутсорсингу в практиці бізнесу як елемента складної бізнес-системи. Запропонований підхід до аналізу впливу аутсорсингу на компанії з точки зору теорії систем і теорії графів. Будь-яку комплексну організацію бізнесу з метою сталого та довгострокового підвищення її фундаментальної вартості можна концептуально описати за допомогою двох типів графів. Перший тип – це граф матеріальних потоків, де процеси обробки матеріальних потоків здійснюються у вершинах, а безпосередньо самі матеріальні потоки визначаються ребрами графа. Другий тип – інформаційний граф, у вершинах якого здійснюються процеси обробки інформації та прийняття управлінських рішень.

Це досить загальна описова схема, але вона дозволяє розділити два принципово різних графи з точки зору досягнення мети організації. Граф матеріалу є відносно стабільним і представляє загальний опис процесів обробки матеріальних потоків. Інформаційний граф – навпаки, має досить динамічний характер і може змінюватися, реагуючи на зміни інформаційних потоків, що впливають на організацію.

Крім того, саме інформаційний граф відіграє першочергову роль у зміні структури матеріального графа і по суті, керує зміною структури матеріального графа.

У рамках теорії інформації суттєвою характеристикою інформаційного графа є його інформаційна ємність. З точки зору теорії інформації, аутсорсинг представляє додаткове «інформаційне слово».

В разі порушення балансу між інформаційною ємністю та інформаційним різноманіттям інформаційний граф організації не зможе обробити всю різноманітність інформації, і, як наслідок, це призводить до проблем у досягненні мети організації через невідповідність вже структури матеріального графа.

Подальші дослідження будуть спрямовані на пошук адекватних методів, які б дали змогу обґрунтовано описати вплив матеріального та інформаційного графів організації на її мету.

Ключові слова: аутсорсинг, інформаційний граф компанії, теорія систем.

Summary. The paper analyzes the latest research on outsourcing in business practice as an element of a complex business system.

There is proposed approach to analyze the impact of outsourcing on companies from the point of view of systems theory and graph theory. It is shown that any complex business organization with the aim of sustainable and long-term increase of

its fundamental value can be conceptually described with the help of two types of graphs. The first type is a graph of material flows, where the processes of processing material flows are carried out at the vertices.

The material flows themselves are determined by the edges of the graph. The second type is an information graph at the vertices of information processing and managerial decision-making processes.

This is a reasonably general descriptive scheme, but it allows us to separate two fundamentally different graphs in term of achieving the organization's goal. The material graph is relatively stable and represents a general description of material flow processing processes. The information graph on contrary, has a rather dynamic nature and can change, responding to changes in information flows affecting the organization.

In addition, it is the information graph that plays a primary role in changing the structure of the material graph and, in fact, controls the change in the structure of the material graph.

In the framework of information theory, an essential characteristic of an information graph is its information capacity. From an information theory perspective, outsourcing represents an additional «information word.»

If the balance between information capacity and information diversity is disturbed, the information graph of the organization will not be able to process all the information diversity, and, as a result, this leads to problems in achieving the organization's goal due to the inconsistency of the structure of the material graph.

Further research will be aimed at finding adequate methods that would make it possible to reasonably describe the influence of the organization's material and information graphs on its purpose.

Key words: outsourcing, company information graph, systems theory.

Постановка проблеми. З кінця XIX сторіччя у зв'язку з інтенсивним зростанням промислового виробництва, ускладненням фінансово-економічної системи, значним впливом соціальних процесів об'єктивно виникли науково-практичні напрями, який отримав назву «системний аналіз» та «теорія систем». Цей напрям наукової думки об'єднує філософські напрацювання з математичними методами, і набуває все більшого застосування в сфері управління. управління організаціями. Організація як соціально-економічна система знаходиться в динамічному розвитку, який зумовлено розвитком різних форм діяльності, прогресом інформаційних технологій, появою інноваційних форм господарювання і нових принципів розподілу праці. Наукове осмислення такого феномену XX століття як аутсорсинг визначення його ролі та місця в системі управлінських рішень в складних бізнес-системах викликало необхідність розробки економічно обґрунтованих підходів для визначення впливу аутсорсингу на ринкові позиції компаній — замовників, а також вивчення «гарних практик» та можливих проблемних моментів застосування аутсорсингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Засновником системного аналізу теорії систем вважається Людвіг Фон Берталанфі [10] який, як професійний біолог, запропонував використовувати для аналізу складних організацій «організмичну аналогію» тобто підхід до організації як до живого організму. Конкретизацію системних підходів та формулювання конкретних загальних теорем та висновків з цих теорем зробив видатний вчений, біолог С.Л. Оптнер [17]. Відповідно до Оптнера, «...системний аналіз — це методологія розв'язання великих проблем, що базується на концепції систем». За Оптнером, в основі методології системного аналізу лежать операції кількісного порівняння альтернатив.

Аутсорсинг розглядається як альтернатива побудови бізнес-системи організації в роботах багатьох як світових науковців і практиків: Дж. Б. Хейвуда [16], Дж. Вейденбаума [7], Е. Андерсона [5], М. Й. Шнідер'янс [19] так і вітчизняних дослідників: Л. М. Газуда [1], О. І. Микало [3].

Публікації [2;5;6] звертають нашу увагу саме на тому, що в сучасних умовах аутсорсинг є важливим інструментом підвищення конкурентоспроможності компанії-замовника. Аналіз наукових публікацій, а також наші попередні дослідження [4] дозволяють виділити характерною рисою аутсорсингу передачу елементів бізнес-системи замовника на виконання іншій компанії, яку називають аутсорсером. Таким чином, найбільш всебічним та конкретним визначенням аутсорсингу є його визначення в рамках системної теорії як елемента системи управління організацією, тобто частини складної структури.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є застосування до опису організаційних зав'язків елементів теорії систем та визначення аутсорсингу з точки зору теорії систем.

Виклад основного матеріалу. Досить часто «аутсорсинг» (від англ. «outside resource using» — «використання позаштатних ресурсів») називають «феноменом XX ст.», а також «найбільшим відкриттям бізнесу останніх десятиліть», тому що з кінця 80-х роках XX ст. це поняття увійшло до практики бізнесу і набуло широкого поширення.

Практичне застосування аутсорсингу компаніями «Дженерал Моторс», «Кодак», та «Найк» продемонстрували ефект підвищення (або утримання) конкурентних позицій за рахунок концентрації на найбільш важливих і найбільш цінних, з точки зору доданої вартості, бізнес-процесах.

Аутсорсинг передбачає особливі бізнес-відносини між компанією-замовником і виконавцем

(аутсорсером). Такі відносини можуть суттєво відрізняють від бізнес-відносин між замовником та постачальником сировини та комплектуючих.

Це пов'язано з тим, що зазвичай послуги (або товари), які надає аутсорсер замовнику, є переважно унікальними, та орієнтовані тільки на бізнес компанії-замовника. Таким чином, аутсорсер стає частиною бізнес-системи замовника, і відносини з аутсорсером включаються в оцінку замовником власної конкурентоспроможності.

Роль аутсорсингу в бізнес-системі замовника можна охарактеризувати з двох позицій: по-перше, аутсорсинг надає внесок у підвищення конкурентоспроможності замовника; по-друге, аутсорсинг вивільнює кошти на власне провадження процесу, які замовник може спрямувати на інші процеси чи проекти для підвищення власної результативності чи ефективності інвестованого капіталу.

Така двояка роль дозволяє припустити, що аутсорсинг може позитивно вплинути як на грошові потоки, знизити трансакційні витрати [11;18], так і знизити ринкові ризики компанії-замовника. Можливе зниження ризиків в цьому випадку відбувається внаслідок якіснішого виконання аутсорсером функцій, в порівнянні рівнем якості, які до цього виконувались власними можливостями компанії-замовника.

Слід зазначити, що залучення аутсорсера має свої економічні недоліки, які відображаються на переліку ризиків, які у випадку застосування аутсорсингу будуть притаманні бізнесу замовника. Фактично, компанія-замовник змінює перелік ризиків бізнеса, видаляючи «старі» ризики, та замінюючи їх «новими». Досить показовий приклад щодо взаємозв'язку між аутсорсинговим довготривалим проектом та ризиками для компанії-замовника описує Ж.-Л.Бравар [9].

Оскільки, як було зазначено, аутсорсинг вносить зміни в бізнес-систему організації, вважаємо за доцільне зупинитись на основних характеристиках і особливостях систем.

Основою діяльності системи, за Оптнером [17], є постійний вибір серед альтернатив, що підлягають реалізації в майбутньому з метою досягнення мети системою. Основною вимогою в кількісному порівнянні альтернатив є їх рівна якість.

Спираючись на концепції та методологію, що запропонована Оптнером можна зробити висновок, «рівна якість» в теорії системного аналізу відображає якість альтернативи з точки зору ступеня довіри до можливих результатів, якщо діяти відповідно до цієї альтернативи. Рівна довіра до можливих результатів різних альтернатив означає рівну якість альтернатив для досягнення мети.

Така точка зору дає можливість надалі використовувати один і той же механізм для відбору альтернатив. Наприклад, в інвестиційному аналізі досить широко використовують розрахунок чи-

стої приведеної вартості проекту (NPV) як однієї з важливих складових для порівняння напрямків інвестицій в той чи інший проект.

У випадку, коли до однієї з альтернатив додається ще один параметр для розрахунку NPV, і цей новий «доданий» параметр змінює чисельне значення підсумкового розрахунку NPV, то згідно з підходом Оптнера, альтернатива з ще одним «доданим» параметром «якісніша», ніж альтернатива без «доданого» параметра.

На думку авторів, в більш узагальненому підході «якісніша» альтернатива — це саме та альтернатива, яка додає більше інформації, і як результат, має більший вплив на кінцевий розрахунок показника досягнення (або недосягнення) мети системи. В даному прикладі використовується показник NPV як інструмент виміру досягнення (або недосягнення мети) компанії. Слід зазначити, що NPV не є єдиним мірилом оцінки ступні досягненої або не досягненої мети. Але це показник є досить показовим і має широке застосування в інвестиційному аналізі.

Метою організації можна визначити зростання її фундаментальної (справжньої) вартості. В [13], подане таке поняття фундаментальної (справжньої) вартості компанії: «справжня вартість компанії (її акцій) це здатність компанії генерувати в майбутньому грошовий потік або прибуток. По суті, це означає, що інвестори платять за результати, які вони очікують від компанії в майбутньому, а не за те, що компанія досягла минулого, і, зрештою, не за її нинішні активи»

Запровадження методів та принципів теорії систем в діяльність комерційних організацій зазнало труднощів внаслідок такої особливості організації як бізнес-системи, як існування мети.

Так, та на початку XXI прийшло розуміння того, що механічне застосування методів системного аналізу до складних бізнес-організацій, особливо на простих математичних підходах, не дає очікуваного ефекту [14]. Сучасні дослідники наголошували саме на складності організації, наявності саме емерджентних якостей які насправді й дають той самий ефект розв'язання проблем, на який звертав увагу Оптнер.

Таким чином в рамках системного підходу еволюція поглядів на організацію, яка створена по аналогії з тваринним світом, та загальною кібернетичною системою, далі через акцентуацію на спроможності організації по розв'язанню складних проблем шляхом обчислення альтернатив, науковці поступово дійшли висновку, що найбільш фундаментальним є не стільки складність, скільки емерджентність організації, саме фактор її складності є запорукою того, що вона може розв'язувати проблеми.

Емерджентність в теорії систем представляє собою наявність у будь-якої системи особливих властивостей, не властивих її підсистемам і блокам, а також сумі елементів, не пов'язаних

системотвірними зв'язками; неможливість зведення властивостей системи до суми властивостей її компонентів. Однак при цьому виникає питання щодо вимірюваності емерджентності. На нашу думку, математичним інструментом для опису фундаментальних засад існування та розвитку складних організацій є теорія графів.

Математична теорія графів отримала свій бурхливий розвиток з кінця XIX сторіччя та пов'язана, перш за все, з розвитком систем зв'язку та передачі й обробки інформації. Теорія графів не обмежується тільки проблемами передачі та обробки інформації, але застосовується і для аналізу проблем в інших галузях, таких як хімія, теоретична фізика (де теорія графів є частиною теорії груп) менеджменту тощо.

Теорія графів [6] має досить розвинений апарат що дає можливість охопити основні, базові характеристики будь-якої складної системи, не концентруючись на деталях. Граф можна уявити як геометричну конфігурацію, яка складається з точок (вершини), сполучених лініями (ребрами).

Простий граф $G(V, E)$ є сукупність двох множин — непорожньої множини $\{E\}$ неупорядкованих пар різних елементів множини $\{V\}$, що прийнято називати множиною вершин, і відповідно, множини $\{E\}$ яка називається системою або множиною ребр, що зв'язують множину вершин між собою [12].

Емерджентність складної організаційної бізнес-системи проявляється саме в процесі взаємодії двох типів графів організації, що можуть бути застосовані для її описання. Перший граф організації представляє собою потоки матеріальних ресурсів (сировина, робоча сила, енергія, капітал, тощо) та центри, в яких виконується трансформація таких потоків. Другий граф представляє собою шляхи обробки інформації та центри, де приймаються та виконуються рішення. В деяких випадках ці обидва графи можуть бути ототожені, але саме у випадках, коли графи мають різні характеристики, і проявляється емерджентність.

Якщо припустити, що теорія графів є інструментом опису та аналізу складних систем, та в випадку бізнес-системи фундаментально існують два типи графів — матеріальний та інформаційний, то можна скористатися напрацюваннями загальної теорії інформації, а саме концепціями місткості інформаційного графа. Дефініція «інформаційна місткість» почала використовуватись з работ [21; 22] де встановлено більш широке застосування дефініції «інформаційна місткість». Цей термін пов'язує між собою «інформаційне різноманіття» оточуючого середовища та спроможністю інформаційного графа системи обробляти та взаємодіяти з цим «інформаційним різноманіттям»

В роботі [12] відносно інформаційної місткості графу, встановлено таке визначення: «це характеристика графа, що описує граничну щільність

кодування інформації з можливістю гарантованого відстеження помилок у каналі зв'язку».

Якщо для матеріального графа важливою буде характеристика сталого процесу обробки матеріальних ресурсів, то для інформаційного графа такою характеристикою буде «інформаційна місткість» графу.

Для організації як бізнес-системи кодування та гарантоване відстеження помилок означає, що система управління компанією має можливість адекватно аналізувати всю оточуючу інформацію для прийняття рішень, а також має можливість контролювати процес реалізації прийнятих рішень та отримувати зворотний зв'язок.

Інформаційна місткість графа пов'язана з різноманіттям інформації $\alpha(Gn)$, яку отримує та обробляє складна система. Залежність інформаційної місткості Θ визначається в загальному випадку у такий спосіб:

$$\Theta = \sup \sqrt[n]{\alpha(Gn)} \quad (1)$$

де Θ — інформаційна місткість графа,

$\alpha(Gn)$ — «багатство коду з n словами».

Відповідно [12], для графа з обробки інформації число вершин має бути не більше шести Gn , та кількість слів n має дорівнювати трьом. Таким чином, явний запис інформаційної місткості саме такого графа знаходиться в дуже вузькому інтервалі

$$\sqrt{5} < \Theta < \frac{5}{2} \rightarrow 2.236 < \Theta < 2.5.$$

Якщо інформаційна місткість для наведеного графа не відповідає, наприклад «словнику» n , то такий інформаційний граф переходить в нестабільний стан.

Важливим висновком є те, що структура графа жорстко пов'язана з інформаційним різноманіттям, з яким стикається така система.

Іншими словами матеріальний граф представляє собою одну з можливостей реалізації інформаційного графа. І як одна реалізація він значно простіше, ніж інформаційний граф, який можна уявляти собі як систему можливостей реалізації для матеріального графа. Але ці можливості знаходяться в жорсткому зв'язку з інформаційним різноманіттям, з яким працює організація та із інформаційною місткістю інформаційного графа системи.

Застосування положень теорії графів до характеристики відносин аутсорсингу дозволяє представити аутсорсинг як частину інформаційного різноманіття, яке приводить до змін інформаційного графу організації.

Аутсорсинг і пов'язані з ним процеси можна вважати «словником», який додається до вже існуючого словника.

З т.з. теорії графів, організація має реагувати на аутсорсинг через трансформацію свого інформаційного графа. Саме на взаємодії інформаційного оточення, матеріального графа та інформаційного

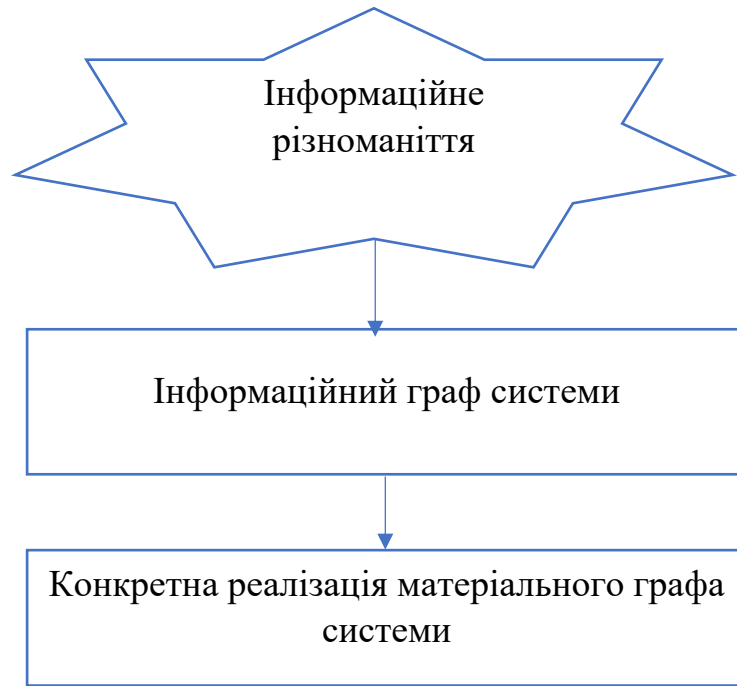


Рис. 1. Ланцюг взаємодії графів та інформаційне різноманіття

Джерело: розроблено авторами

графа основа емерджентність, яка є фундаментальною причиною існування саме цілісної організації, де результат взаємодії всіх матеріальних і нематеріальних елементів не дорівнює простій сумі всіх цих елементів.

Саме відповідність інформаційного графа його інформаційній місткості дозволяє організації мати сталий процес досягнення нею встановленої мети, зокрема, підвищення її фундаментальної вартості.

Висновки. Метою аутсорсингу як особливого економічного явища є підвищення в довгостроковій перспективі конкурентоспроможності організації, і як наслідок підвищення фундаментальної вартості компанії. Аутсорсингові відносини стають невід'ємною частиною складної організаційної бізнес-системи.

Досягнення мети організаційної бізнес-системи відбувається в тому числі за допомогою використання емерджентності організації. Емерджентність організації як бізнес-системи, проявляється

в взаємодії між матеріальним та інформаційним графами організації.

Інформаційний граф повинен відповідати інформаційному різноманіттю, яке оточує організацію, тобто інформаційний граф повинен мати відповідну інформаційну місткість яка спроможна опрацювати оточуюче інформаційне різноманіття.

Інформаційний граф керує процесом трансформації матеріального графа таким чином, щоб максимізувати, в довгостроковій перспективі, фундаментальну вартість організації.

Аутсорсинг є складовою «інформаційного бізнес-словника» або «інформаційного різноманіття» який повинен бути оброблений інформаційним графом організації.

Напрямом наших подальших досліджень має бути пошук можливостей вираження інформаційного графа організації у вартісному вимірі, для визначення ефективності аутсорсингу як альтернативи розвитку організаційної системи.

Література

1. Газуда Л. М., Салдан Т. Ю. Аутсорсинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер.: Економіка. 2015. Вип. 2(1). С. 124–128
2. Брінь П. В., Прохоренко О. В. Оцінювання і вибір контрагента аутсорсингу методом аналізу ієрархій // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка». 2015. Том 19, № 2. С. 33–40.
3. Микало О. І. Підходи до визначення терміна «Аутсорсинг» // Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2010. № 8. С. 111–115.

4. Прохоренко О.В., Брін П.В. Управління аутсорсингом на промисловому підприємстві: монографія. Харків: «Друкарня Мадрид», 2018. 236 с.
5. Anderson E., Trinkle B. Outsourcing the Sales Function: The Real Costs of Field Sales. Mason & Thomson. 2005. 99 p.
6. American Heritage, Dictionary of the English Language. URL: <https://ahdictionary.com/> (дата зверення 25.04.2023)
7. Harvey S.J., Murray L.W. When Businesses Cross International Borders: Strategic Alliances and Their Alternatives. 1993. 135 p.
8. Economic Times. URL: <https://economictimes.indiatimes.com/definition/Outsourcing> (дата звернення 20.03.2023)
9. Bravard J.-L., Morgan R. Smarter Outsourcing: An executive guide to understanding, planning and exploiting successful outsourcing relationships. by Released January 2009. 225 p.
10. Bertalanffy L. General System Theory — A Critical Review, «General Systems». 1962. Vol. VII. P. 1–20.
11. Coase R.H. The Nature of The Firm // Economics. Nov 1937. Volume 4, Issue 16. P. 386–405. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x> (дата зверення: 20.04.23)
12. Berge C. The theory of graphs and its applications. Computer Science. 1963. 270 p.
13. Copeland T., Koller T., Murrin J. by McKinsey & Company Inc. Valuation: Measuring & Managing the value of companies. Third Edition. 760 p.
14. Gharajedaghi J. System thinking Managing Chaos and Complexity. A platform for designing and architecture. Third Edition. 2011. 480 p.
15. Mesarovich M., Maco D., Tahakara Y. Theory of hierarchical multilevel systems. 1st Edition. January 1, 1970. 294 p.
16. Outsourcing Dilemma: The Search for Competitiveness. The by J. Brian Heywood. 2001. 77 p.
17. Optner L. System analysis for business and industrial problem solving. N.J. Prentice-Hall. 1965. 116 p.
18. Rindfleisch A., Heide J.B. Transaction Cost Analysis: Past, Present, and Future Applications // Journal of Marketing. 1997. Vol 61, Issue 4. URL: https://www.researchgate.net/publication/248148538_Transaction_Cost_Analysis_Past_Present_and_Future_Applications (дата зверення: 20.04.23)
19. Schniederjans M.J., Schniederjans A.M., Schniederjans D.G. Outsourcing and insourcing in an international context. 2005. P. 208.
20. Williamson O.E. Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications: A Study in the Economics of Internal Organization. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, 1975. URL: <https://ssrn.com/abstract=1496220> (дата зверення: 20.04.23)
21. Wiener N. Cybernetics Vol. Scientific American 1948. Vol 179, No. 5. P. 14–19.
22. Wiener N. The human use of human beings cybernetics and society. London 1989. 199 p.

References

1. Hazuda L.M., Saldan T. Yu. Outsorsynh yak instrument pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv // Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnogo universytetu. Ser.: Ekonomika. 2015. Vyp. 2(1). S. 124–128
2. Brin P.V., Prokhorenko O.V. Otsiniuvannia i vybir kontrahenta outsorsynhu metodom analizu iierarkhii // Ekonomichniy analiz: zb. nauk. prats / Ternopilskyi natsionalnyi ekonomichnyi universytet; redkol.: V.A. Derii (holov. red.) ta in. Ternopil: Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr Ternopilskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu «Ekonomichna dumka». 2015. Tom 19, № 2. S. 33–40.
3. Mykalo O.I. Pidkhody do vyznachennia termina «Autsorsynh» // Ekonomichnyi visnyk NTUU «KPI». 2010. № 8. S. 111–115.
4. Prokhorenko O.V., Brin P.V. Upravlinnia outsorsynhom na promyslovomu pidpriemstvi: monohrafiia. Kharkiv: «Drukarnia Madryd», 2018. 236 s.
5. Anderson E., Trinkle B. Outsourcing the Sales Function: The Real Costs of Field Sales. Mason & Thomson. 2005. 99 p.
6. American Heritage, Dictionary of the English Language. URL: <https://ahdictionary.com/> (date of access 25.04.2023)
7. Harvey S.J., Murray L.W. When Businesses Cross International Borders: Strategic Alliances and Their Alternatives. 1993. 135 p.
8. Economic Times. URL: <https://economictimes.indiatimes.com/definition/Outsourcing> (data zvernennia 20.03.2023)
9. Bravard J.-L., Morgan R. Smarter Outsourcing: An executive guide to understanding, planning and exploiting successful outsourcing relationships. by Released January 2009. 225 p.
10. Bertalanffy L. General System Theory — A Critical Review, «General Systems». 1962. Vol. VII. P. 1–20.
11. Coase R.H. The Nature of The Firm // Economics. Nov 1937. Volume 4, Issue 16. P. 386–405. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x> (date of access: 20.04.23)

12. Berge C. The theory of graphs and its applications. Computer Science. 1963. 270 p.
13. Copeland T., Koller T., Murrin J. by McKinsey & Company Inc. Valuation: Measuring & Managing the value of companies. Third Edition. 760 p.
14. Gharajedaghi J. System thinking Managing Chaos and Complexity. A platform for designing and architecture. Third Edition. 2011. 480 p.
15. Mesarovich M., Maco D., Tahakara Y. Theory of hierarchical multilevel systems. 1st Edition. January 1, 1970. 294 p.
16. Outsourcing Dilemma: The Search for Competitiveness. The by J. Brian Heywood. 2001. 77 p.
17. Optner L. System analysis for business and industrial problem solving. N.J. Prentice-Hall. 1965. 116 p.
18. Rindfleisch A., Heide J.B. Transaction Cost Analysis: Past, Present, and Future Applications // Journal of Marketing. 1997. Vol 61, Issue 4. URL: https://www.researchgate.net/publication/248148538_Transaction_Cost_Analysis_Past_Present_and_Future_Applications (date of access: 20.04.23)
19. Schniederjans M.J., Schniederjans A.M., Schniederjans D.G. Outsourcing and insourcing in an international context. 2005. P. 208.
20. Williamson O.E. Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications: A Study in the Economics of Internal Organization. University of Illinois at Urbana-Champaigns Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, 1975. URL: <https://ssrn.com/abstract=1496220> (date of access: 20.04.23)
21. Wiener N. Cybernetics Vol. Scientific American 1948. Vol 179, No. 5. P. 14–19.
22. Wiener N. The human use of human beings cybernetics and society. London 1989. 199 p.

Masiuk Iuliia

PhD in Economics,

*Professor of the Department of Finance, Banking and Insurance
Dnipro State Agrarian and Economic University*

Масюк Юлія Володимирівна

кандидат економічних наук,

*професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

ORCID: 0000-0001-6445-806X

Datsenko Viktoriia

PhD in Economics, Docent,

*Dean of the Faculty of Economics, Business and International Relations
University of Customs and Finance*

Даценко Вікторія Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент,

*Декан факультету економіки, бізнесу та міжнародних відносин
Університет митної справи та фінансів*

ORCID: 0000-0002-4670-6848

Sukhorukova Olga

PhD in Economics, Associate Professor

National Technical University of Ukraine

“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic institute”

Сухорукова Ольга Аркадіївна

кандидат економічних наук, доцент,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ORCID: 0000-0001-7157-8270

Khaustova Yevheniia

Doctor of Economic Sciences, Professor,

Professor of the Department of Smart-Economics

Kyiv National University of Technologies and Design

Хаустова Євгенія Борисівна

доктор економічних наук, професор,

професор кафедри смарт-економіки

Київський національний університет технологій та дизайну

ORCID: 0000-0003-1436-6137

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8801

INTERNATIONAL BUSINESS DEVELOPMENT IN THE GLOBAL ECONOMIC SYSTEM

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ

Summary. Based on the Ease of Doing Business Index or the Doing Business Report using the correlation analysis, the relationship between the indicators of the Ease of Doing Business Index and its overall value has been estimated. It is proved that on average the impact of each component is 0.742 points and indicates that there is a close relationship between the indicators

and the total index. Based on the analysis of asymmetry of the prerequisites for international business development in the context of globalization on the basis of the Ease of Doing Business Index with the use of correlation analysis, it was concluded that the significant impact of each component of the index on its final value, with a significant advantage of the influence of components of a financial nature, namely: "Obtaining of credits", "Protection of minority investors", "Registration of business", "Obtaining construction permits", "Enforcement of contracts". It is substantiated that international business can be considered as an interconnected system of flows of financial resources caused by management decisions, and successful activity and long-term viability of the international business system depend on a continuous sequence of financial decisions and effective functioning of financial instruments that have economic impact on business.

Key words: international business, financial instruments, cryptocurrency, Ease of Doing Business Index, asymmetry analysis.

Анотація. На основі Індексу легкості ведення бізнесу або звіту Doing Business з використанням кореляційного аналізу було оцінено взаємозв'язок між показниками Індексу легкості ведення бізнесу та його загальним значенням. Доведено, що в середньому, вплив кожного компонента становить 0,742 бала і вказує на наявність тісного взаємозв'язку між показниками і загальним індексом. На основі аналізу асиметрії передумов для розвитку міжнародного бізнесу в умовах глобалізації на основі Індексу легкості ведення бізнесу з використанням кореляційного аналізу було зроблено висновок про значний вплив кожного компоненту індексу на його кінцеве значення, при значній перевазі впливу з компонентів фінансового характеру, а саме: "отримання кредитів", "захист міноритарних інвесторів", "реєстрація бізнесу", "отримання дозволів на будівництво", "забезпечення виконання контрактів". Обґрунтовано, що міжнародний бізнес можна розглядати як взаємопов'язану систему потоків фінансових ресурсів, обумовлених управлінськими рішеннями, а успішна діяльність і довгострокова життєздатність міжнародної бізнес-системи залежать від безперервної послідовності фінансових рішень і ефективного функціонування фінансових інструментів, що здійснюють економічний вплив на бізнес.

Ключові слова: міжнародний бізнес, фінансові інструменти, криптовалюта, Індекс легкості ведення бізнесу, аналіз асиметрії.

Introduction. Intensification of competition between business entities and industries due to competition from manufacturing companies not only for the sales market or within one industry, but also for the material resources of investors across the global economic space has significantly affected activity of international business entities and contributed to creation of new financial tools for solving specific problems.

Introduction of innovative financial instruments is driven by the needs of market players in new financial and information technology products that would allow them to respond adequately to changes in the financial environment, reduce risk in decision making, and ensure efficient international business, enabling both borrowers and lenders, both for professional market participants and for private investors, to hedge foreign economic risks, to use arbitrage capabilities of the European markets, and at favorable conditions — to implement a trading strategy. These circumstances make the topic of the research extremely relevant.

The purpose of the work is to deepen theoretical and methodological foundations of the study of the impact of financial instruments on development of international business in the global economic system and to develop a mechanism for attracting financial instruments to facilitate international business activity.

Literature Survey. The historical and logical emergence of international business occurred in connection with the development and expansion of the international division of labor, and in connection with development of the world market.

International business is interaction of organizations of different forms of ownership or divisions of a company located in different countries, the purpose of which is to earn income at the expense of the overwhelming benefit of international operations in the sphere of business relations [1].

International business includes various business operations conducted by two or three or more countries. Similar business relationships can occur between commercial organizations and between government agencies [15].

If consider international business from the standpoint of international relations in the economy, it is a configuration of subjects of interstate economic activity, which is aimed at mutually beneficial cooperation [10].

If commercial organizations are involved in international business, then all their activities are aimed at generating income, unlike government agencies, which, as a rule, have completely different goals.

The process of international business development is manifested in a special form of interaction between entities. This process has a specific structure, a certain mechanism, and is characterized by provisions and standards of conduct, results and outcomes achieved during such interaction [14].

International business theories should be viewed from the standpoint of both evolution of classical and institutional lines of economic thought and a functional approach that reflects use of different tools for effective functioning of international production [8].

Even the headquarters have to prove its right to control. In the context of contingency theory, the environment is considered as an external variable [3].

However, according to the theory of business networks, a company influences its environment. Therefore, all theories should be considered interdependent and interconnected [7].

Methodologically, “legends”-theories of international business are divided into static (economic) and dynamic (behavioral), which consider internationalization as a process. Static theory of international business aims to characterize and explain functioning of a business in an international, often unfavorable environment. There are three main components of the model [2]:

- environmental factors, i.e. the model of the environment in which a business operates;
- opportunities, i.e. alternatives available to a business;
- decision criteria. Most popular criteria are maximization of profit, market share, control and minimization of cost and risk.

First, due to imperfection of the market and opportunism of its participants, a business, having concluded agreements, incurs certain costs [9].

Second, a business improves its efficiency by reducing these costs [16].

Third, total costs can be reduced by integrating certain activities into an internal company structure [13].

The theory states that if such criteria as the degree of uncertainty about the results of transactions, the frequency of transactions, the number of investments required for implementation of transactions are highly valued, then this type of activity should be internalized, that is, performed by the company independently.

The Uppsala model deals with the process of acquiring knowledge of markets by a company and how that knowledge influences the nature of future investment [4]. Current operations of the company itself are the main source of knowledge. This assumption, in turn, leads to a second assumption — learning in the process of activity. The more information a company receives about a foreign market, the less risk it will face and, therefore, the greater the amount of actual investment will be made in that market [12].

Recognizing a significant contribution of scientists to the development of economic research on the outlined issues, it can be stated that the issues of introduction of the latest financial products in order to promote the international business activity of the country remain an underexamined area of modern economic science.

Therefore, in spite of the depth of the current scientific development of issues related to complex generalization of preconditions and factors of spatial asymmetry of international business development

and the role of financial component in it, the imperfection of the practice of forming a mechanism for effective involvement of financial instruments in international business activity, which greatly impedes the use of financial resources in conducting operations on the world markets, and the full entry of the country into the international business environment speak for the need for further developments in this direction.

Methods. The scientific provisions, conclusions and recommendations are fully substantiated, confirming existence of a logical interrelation between the formulated tasks and the results obtained, argumentation of theoretical conclusions, use of a wide range of statistical material and methods of scientific research.

The toolkit is based on a dialectical method of cognition and a systematic approach to study of the specifics of the impact of financial instruments on the development of international business in the global economic system. In the course of research general and special methods of scientific cognition were applied, in particular: combination of abstract and concrete methods; logical and historical methods; system analysis and synthesis.

Information and statistical bases of the research were results of own scientific researches, monographs and other publications of scientists, official statistical and analytical materials of international organizations (World Bank group, WTO, IMF, UNCTAD), expert assessments of rating agencies, materials of international news agencies, legislative and regulatory documents, European Commission statistics.

Results. At the present stage, development of a rational business system is an important aspect of international business development. An important prerequisite is to identify the factors that influence intensification of international business processes in the countries of the world and the global economy.

Functioning of international business is one of the many factors for ensuring a stable growth of industrial production and sale of quality competitive products abroad, namely:

- significant share of enterprises and organizations engaged in foreign economic activity;
- a significant proportion of enterprises and organizations that implement the latest technologies in the production of national products in order to increase its international competitiveness;
- providing the commercial sector with an appropriate legal framework for export — import operations;
- increasing output of innovative products in organizations.

But financial instruments in most companies are ancillary or servicing. Their task is to help sales, production, logistics, supply, administration functions to maximize profits by making rational use of the com-

pany's current and fixed assets. Assistance consists in assessing the impact on profit of certain managerial decisions, ensuring optimal volume of financing of operating activities at an acceptable cost, controlling the expenditures and working capital, monitoring the indicators of achieving strategic goals.

To accomplish these tasks, financial instruments use: long-term cash flow and company profit planning; current financial planning and management of working capital; prompt cash flow management; management accounting; costing, cost management, controlling; providing financing for operating activities, investment projects, working with creditors and investors; analysis of economic activity.

That is, international business can be regarded as an interconnected system of movement of financial resources caused by management decisions.

Successful operations and long-term viability of the international business system depend on a continuous sequence of decisions by managers who have an economic impact on the business.

The status of international business development in different countries of the world is very different, so in order to establish bilateral economic relations and business contacts, there is a need to compare quality and simplicity of doing business in different countries.

According to the 2022 rating, the following facts can be highlighted:

- 128 countries have implemented 314 reforms that improve regulation in all areas monitored by the Index;

- countries such as Afghanistan, Djibouti, China, Azerbaijan, India, Togo, Kenya, Ivory Coast, Turkey and Rwanda have achieved the best results in improving the indices from 2021 to 2022;

- almost 1/3 of all regulatory reforms covered by the 2022 Index were implemented in sub-Saharan Africa. With a total of 107 reforms, Sub-Saharan Africa is the leader in this indicator;

The BRIC countries (Brazil, Russia, India and China) have implemented a total of 21 reforms. Connecting to the electricity supply and international trade were the most common areas of reform in these countries.

The top 10 leading countries in the business-friendly rating have common characteristics of efficiency and quality of regulation, including mandatory inspections during construction, automated tools used by electricity suppliers to restore power during power outages, reliable guarantees available to creditors in the process of insolvency resolution and automation of specialized commercial courts;

Availability of training for service providers and users are positively related to the favorable business environment. Similarly, expanding communication between the public and private sectors on legislative changes and processes affecting small and medium-sized enterprises is associated with a large number of reforms and higher position in the rating.

Thus, financial instruments are among the components of the rating, namely: obtaining of credits; protection of minority investors; taxation; enforcement of contracts; 10) determination of insolvency.

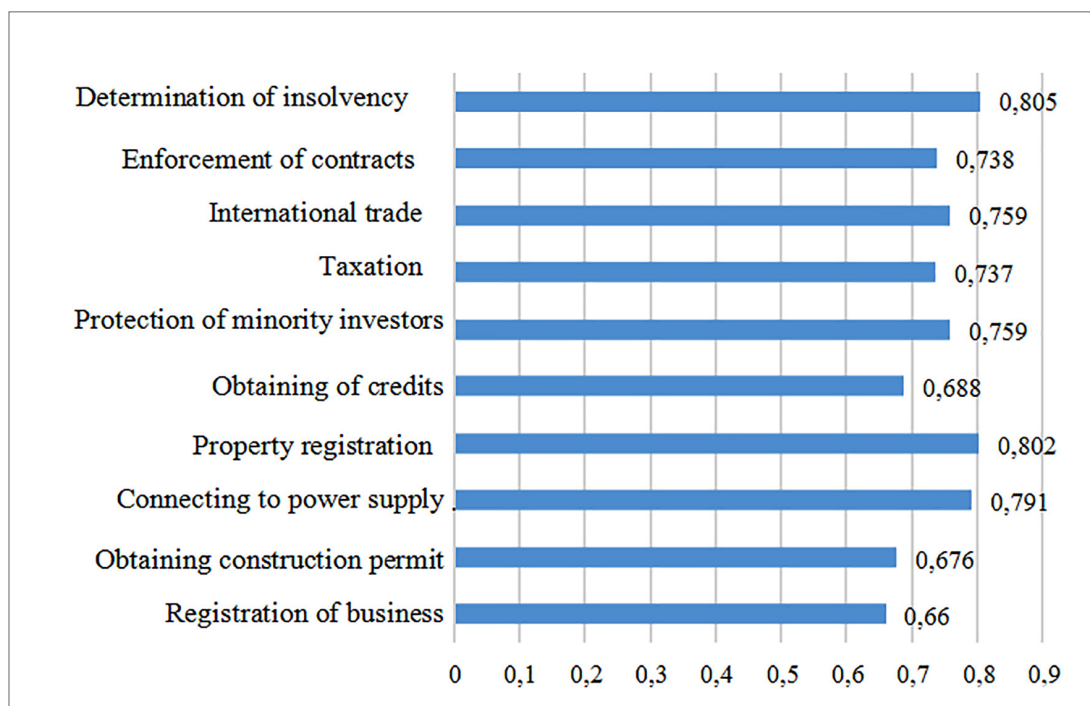


Fig. 1. The results of the correlation analysis of the impact of the components of the ease of doing business index on formation of its final value

Source: calculated by the author with the data of Doing Business 2022. URL: <https://doingbusiness.org>

The use of correlation analysis made it possible to evaluate the relationship between the indicators of the Ease of Doing Business Index and its overall value, Figure 1.

As can be seen from the Figure 1 results of calculations of the impact of components of the Ease of Doing Business Index on formation of its total value for all 190 countries surveyed by the index in 2022, on the average the impact of each component is 0.742 units, indicating that there is a close relationship between the indicators and the final index. With regard to financial indicators, it should be noted that the closest relationship to the summary index is determination of insolvency.

However, for more objective analysis, the cluster and factor analyses were applied, which combined will not only group 190 countries of the world by the level of international business development, but also highlight the most important indicators of its formation for each of the groups of countries.

According to Table 1 it is possible to determine which clusters are leaders for each indicator of the Index, in particular, according to the indicator “Registration of business” the leader is cluster 5, and the outsider is cluster 3; according to the indicator “Obtaining construction permits” the leader is cluster 3, the outsider is cluster 3; according to the indicator “Connection to power supply system” the leader is cluster 3, the outsider is cluster 3; according to the indicator “Property registration”, the leader is cluster 3, the outsider is cluster 3; according to the indicator “Obtaining of credits” the leader is cluster 4, the outsider is cluster 3; according to the indicator “Protection of minority investors”, the leader is cluster 3, the outsider is cluster 3; according to the indicator “Taxation” the leader is cluster 3, the outsider is cluster 3; according to the indicator “International trade” the leader is cluster 3, the outsider is cluster 3; according to the indicator “Enforcement of contracts” the leader is cluster 3, the outsider is cluster 3; according to the indicator

“Determination of insolvency” the leader is cluster 3, the outsider is cluster 3.

In the Figure 2 the ratio of clusters by the level of international business development is given

Cluster 1	97.08709677
Cluster 2	107.5657895
Cluster 3	142.7660377
Cluster 4	63.92333333
Cluster 5	35.92631579

Fig. 2. The ratio of clusters by the level of international business development

Source: created by the authors

As can be seen from the Figure 2, the largest development of international business is observed in the cluster 5 (the highest), somewhat inferior to it in terms of international business is the cluster 4 (high), in the third place is the cluster 1 (sufficient), satisfactory level of preconditions for international business development has the cluster 2, poor level of ease of doing business has the cluster 3. Composition of the clusters is shown in the Table 2.

Here is a list of factor weights in the form of equations (1–5):

$$\begin{aligned} \text{Cluster 1} = & 0.843311 X_1 + 0.844157 X_2 + \\ & + 0.602676 X_3 + 0.562080 X_4 + 0.586860 X_5 + \\ & + 0.509033 X_6 + 0.506872 X_7 + 0.748301 X_8 + \\ & + 0.831085 X_9 + 0.747785 X_{10} \end{aligned} \quad (1)$$

$$\begin{aligned} \text{Cluster 2} = & -0.637551 X_1 - 0.467961 X_2 - \\ & - 0.412439 X_3 + 0.695353 X_4 + 0.569410 X_5 - \\ & - 0.739073 X_6 + 0.624620 X_7 + 0.654186 X_8 + \\ & + 0.408110 X_9 - 0.615791 X_{10} \end{aligned} \quad (2)$$

$$\begin{aligned} \text{Cluster 3} = & -0.055045 X_1 - 0.260775 X_2 - \\ & - 0.314530 X_3 - 0.161418 X_4 - 0.231867 X_5 + \\ & + 0.129138 X_6 + 0.119890 X_7 - 0.305475 X_8 - \\ & - 0.012760 X_9 - 0.290755 X_{10} \end{aligned} \quad (3)$$

$$\begin{aligned} \text{Cluster 4} = & 0.732704 X_1 + 0.89688 X_2 + \\ & + 0.834247 X_3 + 0.834247 X_4 + 0.828378 X_5 + \\ & + 0.719377 X_6 + 0.673341 X_7 + 0.941014 X_8 + \end{aligned}$$

Table 1

Ease of Doing Business Index indicators average values by 5 clusters

Indicators	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5
Registration of business	110.26	113.50	132.77	63.83	38.32
Obtaining construction permits	70.74	129.26	136.02	86.40	32.34
Connection to power supply system	77.23	108.47	149.70	86.47	28.76
Property registration	101.87	117.05	143.09	57.67	32.00
Obtaining of credits	122.06	56.82	145.58	47.53	54.61
Protection of minority investors	113.87	83.39	149.32	52.17	36.61
Taxation	73.23	126.76	144.02	71.63	33.45
International trade	94.55	116.21	144.08	47.70	42.34
Enforcement of contracts	84.03	127.11	142.96	68.93	27.89
Determination of insolvency	123.03	97.08	140.11	56.90	32.95

Source: calculated by the author with the data of CoinMarketCap. URL: <https://coinmarketcap.com>

$$+ 0.618948X9 + 0.914125 X10 \quad (4)$$

$$\begin{aligned} \text{Cluster 5} = & 0.920450 X1 + 0.912584 X2 + \\ & + 0.730823 X3 + 0.888586 X4 + 0.961769 X5 + \\ & + 0.935113 X6 + 0.897254 X7 + 0.849583 X8 + \\ & + 0.903728 X9 + 0.812725 X10 \quad (5) \end{aligned}$$

where X1 — the indicator “Registration of business”, X2 — the indicator “Determination of insolvency”, X3 — the indicator “Connection to power supply system”, X4 — the indicator “Property registration”, X5 — the indicator “Obtaining of credits”, X6 — the indicator “Protection of minority investors”, X7 — the indicator “Taxation”, X8 — the indicator “International trade”, X9 — the indicator “Enforcement of contracts”, X10 — the indicator “Determination of insolvency”.

In the cluster 5 countries with the highest level of international business development, all factor weights are approaching 1. For the cluster 4 countries that combines countries with high international business development environments, factor weights are also high, however, the indicators “Property registration”, “Protection of minority investors”, “Taxation”, “Enforcement of contracts”, have an average level of communication. The cluster 1 countries, which combines countries with a sufficient level of international business development, are

characterized by an average level of factor weight, but a high level of factor weight is characteristic of the indicator “Registration of business”, the indicator “Obtaining construction permits”, and the indicator “Enforcement of contracts”, the indicator “Determination of insolvency”. The cluster 2, which brings together countries with a satisfactory level of international business development, is generally characterized by low factor weight, including negative ones. However, this cluster is characterized by average factor weight for the indicator “Property registration”, the indicator “Obtaining of credits”, and the indicator “Taxation”. The cluster 3 countries, which combines countries with poor international business development, is characterized by negative values of all factor weights, which indicates that there is no development of prerequisites for doing business in general.

Among the studied impact indicators, financial ones are of particular importance. The financial indicators for clusters 5, 4 and 1, which combine the countries with the most attractive conditions for international business development, have high factor weights, which proves that the development of financial instruments is a substantial prerequisite for the international business development.

Table 2

Clusters of countries by level of international business development

Cluster	Level of international business development	Countries
Cluster 5	Highest	Australia, Austria, Azerbaijan, Belarus, the United Kingdom, Armenia, Hong Kong, Georgia, Denmark, Estonia, Ireland, Iceland, Spain, Kazakhstan, Latvia, Lithuania, Mauritius, Malaysia, Morocco, the Netherlands, Germany, New Zealand, Norway, UAE, North Macedonia, Portugal, Republic of Korea, Russia, Singapore, the United States, Thailand, Taiwan, Finland, France, Chile, Switzerland, Sweden, Japan
Cluster 4	High	Canada, Rwanda, Poland, Czech Republic, Slovakia, Slovenia, Belgium, Turkey, Kosovo, China, Moldova, Israel, Serbia, Montenegro, Italy, Romania, Hungary, Brunei, Mexico, Bulgaria, Cyprus, Croatia, Albania, Bahrain, Kyrgyzstan, Ukraine, Peru, Greece, Mongolia, Uzbekistan
Cluster 1	Sufficient	Vietnam, Luxembourg, Costa Rica, Oman, Tunisia, Bhutan, Qatar, Malta, Botswana, San Marino, Samoa, Tonga, Saudi Arabia, Saint Lucia, Seychelles, Kuwait, Fiji, Dominica, Jordan, Antigua and Barbuda, Namibia, Paraguay, Bahamas, Solomon Islands, Belize, Ecuador, Philippines, Saint Kitts and Nevis, Cape Verde, Marshall Islands, Saint Vincent and the Grenadines
Cluster 2	Satisfactory	Kenya, Puerto Rico, Colombia, India, Indonesia, Jamaica, Panama, South Africa, El Salvador, Bosnia and Herzegovina, Zambia, Vanuatu, Uruguay, Guatemala, Djibouti, Sri Lanka, Dominican Republic, Trinidad and Tobago, Nepal, Papua New Guinea, Ghana, Malawi, West Bank and Gaza Strip, Eswatini, Argentina, Honduras, Egypt, Côte d'Ivoire, Tajikistan, Uganda, Guyana, Pakistan, Cambodia, Afghanistan, Nigeria, Tanzania
Cluster 3	Poor	Iran, Barbados, Nicaragua, Palau, Mozambique, Togo, Maldives, Lebanon, Senegal, Mali, Niger, Gambia, Grenada, Mauritania, Burkina Faso, Guinea, Benin, Bolivia, Zimbabwe, Laos, Algeria, Ethiopia, Kiribati, Micronesia, Madagascar, Sudan, Maritime Islands, Suriname, Sierra Leone, Burundi, Gabon, Cameroon, Sao Tome and Principe, Iraq, Myanmar, Angola, Guinea-Bissau, Liberia, Bangladesh, Equatorial Guinea, East Timor, Syria, the Congo Republic, CAR, Chad, Haiti, DR Congo, South Sudan, Yemen, Libya, Venezuela, Eritrea, Somalia

Source: author's research

Attractiveness of financial markets is based on the opportunity to make a significant capital relatively fast. But in addition to this important factor, attractiveness of financial markets is ensured by continued emergence of new financial instruments. The first exchanges appeared in the Middle Ages, and the main financial assets were shares of companies. Futures contracts, bonds, options, etc. began to appear in the process of market development and communication technologies. Nowadays, the variety of financial instruments used by traders and investors has reached a huge number — more than 1300. But this process has not stopped at this, and with the development of blockchain technologies and financial payment systems, many modern investment assets emerged, to which most often the appearance of cryptocurrencies is referred to.

Profitability is a major aspect of working with cryptocurrency. But such profitability will not be constant and with increasing liquidity of the market, new instruments will appear, regulatory rules will be introduced, and accordingly, profitability will gradually decrease and correspond to profitability of traditional assets and markets.

Cryptocurrency exchanges, such trading platforms are plentiful, but the most popular in the cryptocurrency market are the services of such trading platforms as: Binance Exchange, HitBTC Exchange, EXMO Exchange, LiveCoin Exchange, Poloniex Exchange, Kraken Exchange, Bitfinex Exchange, Bittrex Exchange (new name — WEX), Bitstamp Exchange.

Each of these exchanges has its own list of trading currencies and terms of registration. Typically, registration involves basic personal information, and some special verification. As a rule, it is necessary to provide a copy of a person's foreign passport (scanned) and confirm the place of residence by providing copies of one's utility bills or a bank statement (in English). The TOP-10 cryptocurrency exchanges of the world are indicated in the Table 3.

At the current development stage of this market there are more than 100 types of cryptocurrencies, however, the most well-known are: Bitcoin, Ethereum; Ripple; Litecoin; Zcash; Dash. In the Table 4 the top 10 cryptocurrencies by volume of their market capitalization are indicated.

Table 3

TOP-10 cryptocurrencies of the world

No.	Name	Number of markets	Start
1	Binance	546	July 2017
2	Bibox	198	November 2017
3	LATOKEN	232	July 2017
4	CoinBene	214	September 2017
5	MXC	124	April 2018
6	Fatbtc	105	May 2014
7	OKEEx	447	January 2014
8	BitForex	176	June 2018
9	HitBTC	817	December 2013
10	Biki	69	June 2018

Source: compiled by the author after CoinMarketCap. URL: <https://coinmarketcap.com>

Table 4

Top-10 cryptocurrencies by market capitalization

Name	Market capitalization, USD	Price, USD	Volume, USD (24h)	Circulating supply
Bitcoin	180805712086	10102.95	14123374902	17896325BTC
Ethereum	20266344781	188.58	5481246742	107468265ETH
XRP	11622550210	0.270862	935677495	42909539227XRP
Bitcoin Cash	5498557008	306.04	1181624109	17966888BCH
Litecoin	4602907798	72.93	2066611619	63110724LTC
Binance Coin	4054853609	26.07	171415709	155536713BNB
Tether	4048064605	0.999742	15383331466	40491073 72USDT
EOS	3345983077	3.60	1272984018	928947988EOS
Bitcoin SV	2378810516	133.23	281293701	17854986BSV
Monero	1394640562	81.21	94679677	17173660XMR

Source: compiled by the author after CoinMarketCap. URL: <https://coinmarketcap.com>

Initial coin offering (ICO) is similar to the procedure for initial placement of company shares on the stock exchange. Presentations are also held, information is given to prospective investors, and even discounts are offered for first time buyers (sometimes very significant).

As Bitcoin and Ethereum are the two most popular cryptocurrencies with the largest market capitalization of around \$70 billion USD and \$30 billion USD respectively, their ICO is the world standard.

Thus, ICO is a form of collective support for innovative technology projects, one of the types of crowdselling in the form of attracting new participants. In the ICO process, there is an offer (token sale) of primary coins (tokens) for future holders in the form of cryptocurrency and/or crypto-assets based on blockchain technologies.

The main investment idea of participating in the initial public offering of a cryptocurrency is to invest money in an asset at its most minimal (initial) value.

The market of cryptocurrencies and tokens is actively developing. All of the world's cash is about \$5 trillion USD. Monetary stock (cash in circulation, demand deposits, time deposits, savings deposits, certificates and government bonds) is almost \$80 trillion USD.

Unlike the classic existing financial markets, the modern cryptocurrency market has the following differences.

The cryptocurrency market is characterized by diversity and a certain “chaos”, it has a heterogeneous structure.

Cryptocurrencies do not have a single issuer (even if it's a token, the issue is decentralized, as is the case with Bancor). In addition, cryptocurrency is not a value for the sake of value, but a formalization of the process of transferring value (buying and selling).

The share of cryptocurrency in the global financial system at the present stage of development is not yet significant, and therefore for the global financial system Bitcoin and altcoins are safe in terms of economic impact.

Comparison of virtual currency markets (including markers) with the GDP of different countries shows that as of 2021, starting from the 58th line of the ranking of world countries by GDP, its indicators are lower than the capitalization of the cryptocurrency market.

The comparison shows that the market of crypto-assets is gradually becoming independent. The world economy does not always develop or develop unevenly. The new market will enable to create an additional instrument not only for stabilization but also for evolution of the financial system. Therefore, gradually cryptocurrency can take the place of old financial instruments, such as cash. Cryptocurrency expands the use of large financial inflows to small and medium-sized businesses, and accordingly, may start to form a new market for startups filled with private money.

At the present stage, the cryptocurrency market is ahead of the overall indicators of at least 133 countries of the world, which is 66.83% of all public entities as a whole.

In the Figure 3 the market capitalization of altcoins is shown as of the end of 2021.

Therefore, the analysis of the global cryptocurrency market enables to make a list of its main features:

- legalization or recognition — cryptocurrency and blockchain are gradually reaching the global level. Against this background, many governments and countries are beginning to work more actively on this issue;
- cryptocurrency affects lives of many people. Some of the companies that were born due to this topic

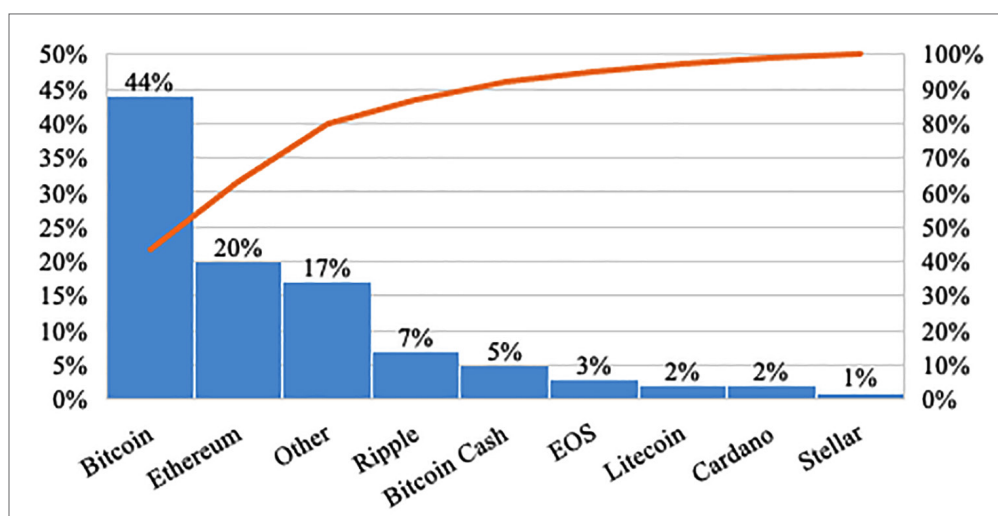


Fig. 3. Market share of cryptocurrencies

Source: compiled by the author after Global Cryptocurrency Market Report.

URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/cryptocurrency-market-report>

are developing quite rapidly. The number of active bitcoin wallets increased from 0.6–2.6 million units in 2015 up to 5.8–11.5 million units in 2020. Currently, cryptocurrency wallets use 2.9–5.8 million unique users;

- globalization — many industry and other business players are testing blockchain solutions. These trends can be a driving force for development;
- great volatility and instability of the exchange rate. Cryptocurrencies are often created as “pure” technological tools, while the nature of money is in regulating social relations;
- careful attitude for personal data and anonymity at the expense of the latest developments in cryptography;
- issuing “money” by any entity or associations thereof, which means a significant simplification of procedures for raising funds, both in terms of interest rates and bureaucracy;
- so far there are no very strong players on the cryptocurrency market. With their arrival, an influx of new money can be expected. Now hedge and pension funds, state corporations and countries are considering this opportunity.

Conclusion. The use of cluster and factor analysis allowed to group 190 countries of the world by the level of development of international business and to distinguish the most important indicators of its formation for each of the groups of countries. Conducting a factor analysis made it possible to estimate the asymmetry of factor weights of the International Business Index indicators cluster-wise and to form a mathematical view of the equation, in particular, in the cluster 5 countries with the highest level of international business development, all factor weights approach 1. For the cluster 4 countries, that unites countries with high preconditions for international business development, factor weights are also high, however, the indicators “Property registration”, “Protection of minority investors”, “Taxation”, and “Enforcement of Contracts” have an average level of communication. The cluster 1 countries, which include countries

with a sufficient level of international business development, are characterized by an average level of factor weights, but a high level of factor weights is characteristic of the indicators “Business registration”, “Obtaining construction permits”, “Enforcement of contracts”, “Determination of insolvency”. For the cluster 2, which brings together countries with a satisfactory level of international business development, is generally characterized by low factor weights, including negative ones. However, this cluster is characterized by average factor weights for the indicators “Property registration”, “Obtaining of credits”, and “Taxation”. For the cluster 3, which combined countries with poor international business development, are characterized by negative values of all factor weights, which indicates that there is no development of prerequisites for doing business in general.

Thus, the study of the prerequisites for development of international business in the context of globalization proved its considerable asymmetry, allowed to distinguish clusters of countries by the level of ease of doing business and to determine a significant impact on promotion of international business of financial instruments.

Development of cryptocurrencies in the short term prospects has a significant impact on the economy. Given the significant benefits for users in the near future, cryptocurrencies will become a widespread means of payment and a promising investment tool, which will help to push countries of the world to determine clear legal status of cryptocurrencies and optimize regulatory activity of government bodies. This, in turn, will facilitate further development of the cryptocurrency market infrastructure and increase the number of participants. Although today cryptocurrencies do not significantly affect functioning of traditional currencies, however, in future things should be expected to change.

Banks and private companies show considerable interest in using them, the number of legal entities accepting cryptocurrencies as a means of payment is increasing, the number of transactions is increasing.

References

1. Arianti B.F. The influence of financial literacy, financial behavior and income on investment decision. *Economics and Accounting Journal*, 2018. 1(1). P. 1–10. URL: <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/EAJ/article/view/1277> (date of access: 20.04.2023)
2. Armour J., Mayer C., Polo A. Regulatory sanctions and reputational damage in financial markets. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*. 2017. Vol. 52(4). P. 1429–1448. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-financial-and-quantitative-analysis/article/regulatory-sanctions-and-reputational-damage-in-financial-markets/462D1A709D61F3B94605A64E626A3DEE> (date of access: 20.04.2023)
3. Braun B., Hübner M. Fiscal fault, financial fix? Capital Markets Union and the quest for macroeconomic stabilization in the euro area. *Competition & Change*. 2018. Vol. 22(2). P. 117–138. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1024529417753555> (date of access: 20.04.2023)

4. Braun B., Gabor D., Hübner M. Governing through financial markets: Towards a critical political economy of Capital Markets Union. *Competition & Change*. 2018. Vol. 22(2). P. 101–116. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1024529418759476> (date of access: 20.04.2023)
5. CoinMarketCap. URL: <https://coinmarketcap.com> (date of access: 20.04.2023)
6. Doing Business 2019. URL: <https://doingbusiness.org> (date of access: 20.04.2023)
7. Domowitz I. Automating the continuous double auction in practice: Automated trade execution systems in financial markets. In *The Double Auction Market* (pp. 27–60). Routledge. 2018. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/e/9780429492532/chapters/10.4324/9780429492532-3> (date of access: 20.04.2023)
8. Duffie D., Dworczak P., Zhu H. Benchmarks in search markets. *The Journal of Finance*. 2017. Vol. 72(5). P. 1983–2044. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jofi.12525> (date of access: 20.04.2023)
9. Fastenrath F., Schwan M., Trampusch C. Where states and markets meet: the financialisation of sovereign debt management. *New political economy*. 2017. Vol. 22(3). P. 273–293. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13563467.2017.1232708> (date of access: 20.04.2023)
10. Gabor D., Brooks S. The digital revolution in financial inclusion: international development in the fintech era. *New Political Economy*. 2017. Vol. 22(4). P. 423–436. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13563467.2017.1259298> (date of access: 20.04.2023)
11. Global Cryptocurrency Market Report. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/cryptocurrency-market-report>
12. Hornuf L., Klöhn L., Schilling T. Financial contracting in crowdinvesting: Lessons from the German market. *German Law Journal*. 2018. Vol. 19(3). P. 509–578. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/german-law-journal/article/financial-contracting-in-crowdinvesting-lessons-from-the-german-market/EEDCBF07660FB06BF0ADA50B19AD4BDB> (date of access: 20.04.2023)
13. Kayalar D.E., Kızılkıran C.C., Selcuk-Kestel A.S. The impact of crude oil prices on financial market indicators: copula approach. *Energy Economics*. 2017. Vol. 61. P. 162–173. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0140988316303371> (date of access: 20.04.2023)
14. Kurihara Y., Fukushima A. The market efficiency of Bitcoin: A weekly anomaly perspective. *Journal of Applied Finance and Banking*. 2017. Vol. 7(3). P. 57. URL: http://www.scienpress.com/Upload/JAFB%2FVol%207_3_4.pdf (date of access: 20.04.2023)
15. Lewis R., McPartland J., Ranjan R. Blockchain and financial market innovation. *Economic Perspectives*. 2017. 41(7). P. 1–17. URL: <http://www.jpmmc-gcard.com/wp-content/uploads/2019/03/Special-Feature-GCARD-Summer-2019.pdf#page=2> (date of access: 20.04.2023)
16. Wiengarten F., Fan D., Lo C.K., Pagell M. The differing impacts of operational and financial slack on occupational safety in varying market conditions. *Journal of operations management*. 2017. Vol. 52. P. 30–45. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0272696316300961> (date of access: 20.04.2023)

Лошенюк Ірина Романівна

*кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу, цифрової економіки та підприємництва
Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету*

Losheniuk Iryna

*Candidate of Technical Sciences, Associate Professor
Chernivtsi Institute of Trade and Economics of
Kyiv National University of Trade and Economics
ORCID: 0000-0002-0692-9318*

Познанська Інна Володимирівна

*доктор економічних наук, старший науковий співробітник,
завідувач кафедри управління персоналом і економіки праці
Одеський національний економічний університет*

Poznanska Inna

*Doctor of Economic Sciences, Senior Researcher
Odesa National University of Economics
ORCID: 0000-0001-7343-6663*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8826

ВПЛИВ ВІЙНИ В УКРАЇНІ НА СВІТОВУ ТОРГІВЛЮ ТА ЛАНЦЮГИ ПОСТАЧАННЯ THE IMPACT OF THE WAR IN UKRAINE ON GLOBAL TRADE AND SUPPLY CHAIN

Анотація. У статті розглянуто стан світової торгівлі та трансформацію ланцюгів постачання в умовах негативного впливу воєнних і бойових дій, що тривають на території України. Встановлено, що тенденції зміцнення співпраці держав на світовому ринку обумовлені необхідністю протистояння глобальним викликам, взаємоузгодження дій для максимізації ефективності міжнародної взаємодії в умовах загострення кризових явищ. Детерміновано вплив війни в Україні на світову торгівлю, на сформовані та перевірені роками ланцюги постачання і обґрунтовано важливість вітчизняних товарів для учасників торговельних відносин. З'ясовано, що ситуація із світовою торгівлею протягом 2022 року була стабільною, хоч і з певними коливаннями, з'ясовано, що сукупність факторів (загострення геополітичної ситуації, зростання цін на енергоносії та інші ресурси, високі темпи інфляції, зниження очікувань бізнесу щодо економічного зростання, домінування грошово-кредитної політики центральних банків впливових держав та ін.), які розвиваються на фоні продовження війни в Україні, не дозволять у 2023 році зберегти стійкість світової торгівлі та стабільність економічного зростання. Розглянуто нові підходи до забезпечення глобальних ланцюгів постачання, зокрема *reshore* (релокація бізнесу до країни його походження), *dual sourcing* (подвійний пошук, при якому один і той самий товар доставляється двома постачальниками), *friend-shoring* (враховується морально-етична складова торгівлі). Висвітлено основні тренди у глобальних ланцюгах постачання, зокрема поглиблення американсько-китайської стратегічної конкуренції та зростання ролі великих нейтральних економік на глобальній геополітичній арені. Охарактеризовано роль України у світовій торгівлі і глобальних ланцюгах постачання. Встановлено, що світова торгівля у 2023 році сповільниться, а додатковий негативний вплив на даний процес, у контексті війни в Україні, матиме інтенсифікація протекціоністських заходів у сфері торгівлі, фрагментація торговельних мереж, а також проблеми у сфері безпеки, пов'язані із ланцюгами постачання.

Ключові слова: війна, світова торгівля, міжнародні відносини, експорт, ланцюги постачання.

Summary. The article examines the state of world trade and the transformation of supply chains under the conditions of the negative impact of military and hostilities ongoing on the territory of Ukraine. It has been established that the trends of strengthening the cooperation of states in the world market are due to the need to confront global challenges, mutual coordination of ac-

tions to maximize the effectiveness of international cooperation in the conditions of aggravation of crisis phenomena. The impact of the war in Ukraine on world trade, on supply chains formed and tested over the years, and the importance of domestic goods for participants in trade relations is determined. It was established that the situation with world trade during 2022 was stable, albeit with certain fluctuations, it was found that a combination of factors (aggravation of the geopolitical situation, rising prices for energy and other resources, high inflation rates, a decrease in business expectations regarding economic growth, the dominance of the monetary policy of the central banks of influential states, etc.), which are developing against the background of the continuation of the war in Ukraine, will not allow maintaining the stability of world trade and the stability of economic growth in 2023. New approaches to ensuring global supply chains are considered, in particular reshore (relocation of business to its country of origin), dual sourcing (double search in which the same product is delivered by two suppliers), friend-shoring (the moral and ethical component of trade is taken into account). The main trends in global supply chains are considered, in particular, the deepening of US-Chinese strategic competition and the growing role of large neutral economies in the global geopolitical arena. The role of Ukraine in world trade and global supply chains is characterized. It is established that world trade will slow down in 2023, and an additional negative impact on this process, in the context of the war in Ukraine, will be the intensification of protectionist measures in the field of trade, the fragmentation of trade networks, as well as security problems related to supply chains.

Key words: war, world trade, international relations, export, supply chains.

Постановка проблеми. Пріоритети України під час війни залишаються сталими — перемога, відновлення цілісності держави та гарантування виконання своїх зобов'язань перед міжнародними партнерами. Основною, еволюційно сформованою метою взаємодії держав у глобальному соціально-економічному просторі є протистояння кризовим проявам. Відсутність взаємоповаги між державами руйнує перспективи досягнення цієї мети. Сьогодні спостерігається розкол між державами, що змінює торговельні відносини між ними. У перспективі проблеми будуть лише загострюватись через зростання цін на ресурси, зокрема, енергоносії, блокування експорту українських життєво необхідних товарів, стрімку інфляцію, зміну процентних ставок, відсутність чіткого плану управління глобальними торговельними відносинами в умовах, що склалися, та відмову держави-агресора від пошуку цивілізованих методів взаємодії з світом.

В умовах подальшого розгортання бойових дій торговельні відносини України з іншими державами і надалі погіршуватимуться. Посилиться негативний вплив війни на торговельні процеси, які й так залишаються нестабільними через пандемію COVID-19 і повноцінно не відновилися після глобальної кризи, відбуватимуться зміни і виникатимуть тотальні проблеми у ланцюгах постачання, що лише загострює проблему.

Трансформація світової торгівлі триває, безупинно здійснюється пошук шляхів модернізації взаємодії держав з метою зниження втрат кожної з них. Безпрецедентний вплив на дані процеси спричинила повномасштабна російсько-українська війна. Для сучасного світу ситуація є надзвичайно важкою, тому вивчення впливу війни на світову торгівлю та ланцюги постачання є особливо важливим.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвиток світової торгівлі в умовах сучасних викликів досліджують О. Жабинець [1], Ю. Полякова, Л. Яремко, О. Шайда [2], І. Кобута [3], Т. Осташко [3; 4], Н. Калюжна, А. Шеремет [5] та інші науковці.

О. Жабинець проаналізувала трансформацію діяльності експортних підприємств, взаємозалежність між станом діяльності господарюючих суб'єктів та тенденціями у світовій торгівлі, обґрунтувала важливість пошуку нових альтернативних логістичних шляхів експорту товарів із України на світовий ринок [1]. Ю. Полякова, Л. Яремко і О. Шайда розглянули тренди у світовій торгівлі, охарактеризували стан світової економіки і торгівлі, ослабленої пост-пандемічними наслідками, узагальнили основні фактори, що провокують подальшу дестабілізацію (падіння економічної активності, зниження попиту на товари (включаючи імпорتنі), скорочення торговельних потоків та доходів від експортної діяльності) [2, с. 17]. Т. Осташко та І. Кобута проаналізували зміни у світовій торгівлі [3], зокрема Т. Осташко дослідила явище багатополарності світової торгівлі та роль ключових суб'єктів ринку, що найбільше впливають на сталість його функціонування [4]. Вивчаючи логістичну систему України в умовах воєнних дій, Н. Калюжна і А. Шеремет розглянули пріоритети її відновлення з огляду на продовження військового конфлікту на території України в контексті підтримки функціонування ланцюгів постачання не лише у державному, а й у глобальному вимірах. Автори систематизували ключові критерії успішності логістичної системи України у перспективі [5].

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз стану світової торгівлі, ланцюгів постачання в умовах негативного впливу воєнних і бойових дій, що тривають на території України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Війна в Україні, розв'язана Росією 24 лютого 2022 року, стала тригером для загальносвітового економічного спаду, сповільнення розвитку та росту ризиків, зумовлених кризовими тенденціями. Світове співтовариство об'єдналось у пошуках протидії агресору, проте спад економічної активності у глобальному розрізі неминучий. Загальні тенденції

у світовій торгівлі протягом 2022 року оцінюються достатньо позитивно, оскільки за результатами року на 11,5% відбувся приріст у торгівлі товарами (з 22,3 трлн дол у 2021 році до 24,9 трлн дол за 2022 рік), на 14,5% приріст у торгівлі послугами (з 6,2 трлн дол у 2021 році до 7,2 трлн дол у 2022 році) [6]. Проте, така тенденція лише видається позитивною, оскільки її основним джерелом є ріст цін, зокрема на енергоносії, а не фізичне зростання обсягів торгівлі. Окрім того, варто зауважити, що продуктивним було лише перше півріччя 2022 року, що і забезпечило високий рівень показника; вже на початку третього кварталу з'явилися тенденції до погіршення ситуації у глобальній торгівлі:

- торгівля товарами скоротилася на 1%, а торгівля послугами зросла на 1,3% порівняно з 2 кварталом 2022 року;
- вартість світової торгівлі в 4 кварталі 2022 року знизилася як щодо товарів, так і щодо послуг [7].

Отже, ситуацію із світовою торгівлею протягом 2022 року можна охарактеризувати як стабільну, хоч і з певними коливаннями, що свідчить про наявність стійкого світового попиту та спроможність системи протистояти глобальним викликам.

2023 рік може стати важчим для світового співтовариства. Прогнозується, що війна в Україні залишатиметься тригером зростання ризиків і розвитку кризових станів. Власне, світ та глобальні торговельні відносини, як форма прояву взаємодії держав, можуть зіткнутися з цілим комплексом руйнівних проблем економічного і політичного характеру:

- ускладнення чи навіть критичне загострення геополітичної ситуації;
- стрімке зростання цін на енергоносії (що вже само собою може сповільнити бізнес-активність, адже змусить суб'єкти господарювання послабити попит на ресурси). Очікується також зростання цін на проміжні ресурси та споживчі товари, що може зменшити обсяги імпорту і призвести до скорочення інтенсивності міжнародної торгівлі;
- зниження очікувань бізнесу відносно економічного зростання, погіршення його прогнозів щодо активності у глобальному вимірі;
- домінування грошово-кредитної політики центральних банків розвинутих, впливових держав, високі темпи інфляції;
- рекордно високий рівень сукупного світового боргу та зростання процентних ставок, що викликає серйозне занепокоєння щодо загальної прийнятності такого боргу для глобальної економіки. Очікується, що загострення економічних і фінансових умов ще більше посилить тиск на уряди держав, які мають великі борги, посилюючи тим самим їх вразливість; наслідками таких тенденцій буде скорочення інвестицій та міжнародних торговельних потоків.

За оцінкою The Economist Intelligence Unit, зростання світового ВВП у 2022 році сповільнилось на 1,1 п.п., що у порівнянні із 2021 роком становить 2,8%. З урахуванням того, що глобальний ВВП 2022 року оцінюється в 101,6 трлн дол, війна в Україні зумовлює колосальні втрати, які за результатами 2022 року оцінюються в 1,0 трлн дол. Проте, це не межа, тому що прогнози на 2023 рік лише погіршуються. На фоні таких перспектив у контексті продовження бойових дій Організація економічного співробітництва та розвитку прогнозує, що вже у 2023 році війна в Україні може коштувати глобальному ВВП 2,8 трлн дол недоотриманої продукції [8].

Не можуть залишатись незмінними і глобальні ланцюги постачання. Вже триває їх трансформація, компанії переорієнтовують свої ланцюги постачання якомога далі від воєнних дій та шукають методи отримання важливих ресурсів з інших держав, оминаючи Росію. Варто зауважити, що країна-агресор відіграла впливову роль на світовому ринку, оскільки є виробником і постачальником не лише енергоносіїв, але й інших не менш затребуваних ресурсів — золота, недорогих і дорогоцінних металів, добрив та багатьох продуктів харчування. Прогнозується, що у 2023 році підтримка України державами, які надають пріоритет торгівлі та інвестиційним зв'язкам лише між дружніми країнами, продовжить набирати обертів.

Трансформація системи глобальних ланцюгів постачання відбулася задовго до повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Світове співтовариство шукало методи оптимізації торгівлі ще в умовах пандемії COVID-19. Основним критерієм для більшості держав стала гнучкість логістики. Як зазначають аналітики з міжнародної консалтингової компанії McKinsey, індустрія глобальної торгівлі почала переформатовуватися: на зміну концепції «доставимо вчасно» прийшла концепція «доставимо за потреби». І це стало потужним базисом для підтримки і налагодження світової торгівлі в умовах війни в Україні. Окрім того, пандемія актуалізувала таке поняття, як *reshore* — процес релокації бізнесу до країни його походження (що було особливо застосовуваним серед компаній Північної Америки) [9]. Доцільним стало використання логістичними компаніями підходів подвійного пошуку (*dual sourcing*), коли один і той самий товар доставляється двома постачальниками. У березні 2022 року, як свідчать дані консалтингової компанії McKinsey, до такого формату звернулося вдвічі більше компаній, ніж за кілька місяців до того [9]. Геополітична ситуація продовжує провокувати створення нових форм забезпечення глобальних ланцюгів постачання, зокрема і таких, що враховують морально-етичну складову торгівлі. Мова йде про концепцію *friend-shoring* — спів-

робітництво з країнами, що поділяють норми й цінності сучасної глобальної економіки.

Характерними трендами у глобальних ланцюгах постачання є:

- по-перше, поглиблення американсько-китайської стратегічної конкуренції, що посилює довгострокову тенденцію до фрагментації глобальної економіки та системи безпеки;
- по-друге, зростання ролі великих нейтральних економік (таких, як Індія, Саудівська Аравія, Туреччина та Бразилія) на глобальній геополітичній арені [8].

Американсько-китайське протистояння відбувається багато років, держави конкурують у різних сферах та є лідерами у цілих галузях. З початком війни в Україні конкуренція набула нового змісту, адже погляди США та Китаю на вибір стратегічних партнерів для перспективної співпраці відрізняються, а це лише загострює їх міждержавні відносини та підвищує напруженість у масштабах світового співтовариства. У контексті управління глобальними ланцюгами постачання міністр фінансів США Джанет Єллен у квітні 2022 року, на початку війни в Україні, зазначила: «Ми не можемо дозволити країнам використовувати свою ринкову позицію в ключових сировинних ресурсах, технологіях чи продуктах, щоб мати можливість підірвати нашу економіку або використовувати небажані геополітичні важелі. Давайте розвивати та поглиблювати економічну інтеграцію ... з країнами, на які ми знаємо, що можемо розраховувати» [10]. Власне, надійність партнерів, як базовий принцип концепції friend-shoring, є однією з основних вимог до побудови ланцюгів постачання в умовах війни в Україні.

У 2021 році на фоні загострення конкуренції між державами створено спільну Раду з торгівлі та технологій США-ЄС для протидії Китаю, призначення якої полягає у формуванні та реалізації економічної і технологічної політики та ініціатив, зокрема, в контексті світової торгівлі. На другій зустрічі Ради з торгівлі та технологій США-ЄС на рівні міністрів (травень 2022 року) у їх спільній заяві наголошено на необхідності продовження трансформації глобальних ланцюгів постачання, зацентровано увагу на «побудові більш географічно та комерційно диверсифікованих ланцюгів постачання, підкреслено надмірну залежність від Китаю щодо виробництва та обробки певних ресурсів і товарів» [10]. У контексті сучасних подій це потенційно може стати додатковою проблемою у 2023 році. В контексті трансформації глобальних ланцюгів постачання в рамках зустрічі міністрів визнано:

- необхідність створення системи раннього попередження, яка б сприяла обміну інформацією про потенційні збої в ланцюгах постачання напівпровідників;

- доцільність заохочення більшої прозорості в ланцюгах постачання, особливо в секторі напівпровідників, оскільки існує небажання суб'єктів приватного сектору ділитися комерційною інформацією про власні ресурси з урядами та конкурентами в галузі [10].

Хоча Україна не є ключовим учасником глобального ринку, варто наголосити, що експорт залізної руди та виробів із заліза, деяких металів, напівфабрикатів із металу та транспортного обладнання є найбільш актуальним для ланцюгів поставок торговельних партнерів України. Експорт товарів з України становить значну зовнішню пропозицію для Молдови (14%), Сенегалу (9%), Грузії (8%). Найбільш залежними від імпорту з України є країни Центральної та Східної Європи: Молдова імпортує понад 25%, а Грузія — майже 20% сільськогосподарської продукції. За межами Європи — Туніс (15%), Єгипет (10%), Індія (8%), Туреччина (7%) і Ліван (7%) [11].

Війна в Україні та скорочення активності вітчизняних суб'єктів господарювання на світовому ринку можуть спричинити проблеми з експортом залізної руди, чавуну, феросплавів, титановмісних руд, прокату та інших товарів і послуг. Роль України у світовій торгівлі і глобальних ланцюгах постачання узагальнено в табл. 1.

Україна позиціонує себе як перспективна держава на теренах світового співтовариства, її роль не є впливовою, проте відсутність налагодженого механізму постачання ключових матеріалів може ускладнити діяльність господарюючих суб'єктів у різних країнах. Українські металургійні підприємства поступово нарощують потужності, попит на світових ринках поживається. Але для повного відновлення потужностей необхідне розблокування вітчизняних морських портів для продукції галузі. Незважаючи на повномасштабну війну, Україна продовжує експортувати сільськогосподарську продукцію, вирішуючи проблему глобального продовольчого забезпечення та валютних надходжень для власної економіки.

Трансформація торговельних відносин сповільнює динаміку економічного зростання. За результатами 2022 року Світовий банк здійснив коригування прогнозних темпів світового економічного зростання на 2023 рік, з урахуванням сучасних подій в Україні і в світі (рис. 1).

Світовий банк прогнозує погіршення показників у 2023 році та поступове відновлення їх у 2024 році (табл. 2), хоча беззаперечним є той факт, що неможливо буде досягнути рівня активності, який існував до початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну.

Світова торгівля у 2023 році сповільниться, а додатковий негативний вплив на даний процес, у контексті війни в Україні, матиме інтенсифікація протекціоністських заходів у сфері торгівлі,

фрагментація торговельних мереж, а також проблеми у сфері безпеки, пов'язані із ланцюгами постачання [20].

Висновки. В результаті проведеного дослідження детерміновано вплив війни в Україні на світову торгівлю. У глобальному вимірі економічна система зазнала втрат, хоча їх обсяги були контрольованими та не мали критичних наслідків

для світового співтовариства. Основними трендами 2022 року були: підтримка ефективності глобальних торговельних відносин, економічної стійкості, оптимізація міжнародної торгівлі та впорядкування глобальних ланцюгів постачання, пошук шляхів стримання озброєної агресії Росії, обмеження участі держави-агресора у міжнародних торговельних процесах та зниження її ролі

Таблиця 1

Україна у світовій торгівлі: вплив війни на глобальні ланцюги постачання

Товари, що експортуються	Основні тенденції та зміни в умовах війни
Залізна руда	Протягом 1 кварталу 2023 року українські гірничо-видобувні компанії експортували залізної руди на 61,8% менше порівняно з аналогічним періодом 2022-го. Основні імпортери української руди Чехія — 27,2%, Словаччина — 26,55%, Польща — 24,06%. До початку війни основним експортером залізної руди був Китай, але через блокаду українських портів постачання сировини до КНР стало неконкурентоспроможним. На нових логістичних маршрутах витрати на доставку зросли щонайменше у 2 рази [12].
Чавун	У 1 кварталі 2023 року експорт передільного чавуну збільшився в натуральному виразі на 0,2% порівняно з аналогічним періодом 2022 року. Основні імпортери — Польща (56,83% поставок у грошовому виразі), Іспанія (18,61%) та Італія (11,75%) [13]. До війни понад половину чавуну, що експортувався з України, споживали США.
Феросплави	Експорт феросплавів у січні 2023 року зріс на 33,6% в натуральному виразі та скоротився на 35,5% — в грошовому виразі. Основні споживачі українських феросплавів — Польща (57,25% у грошовому еквіваленті), Китай (10,39%) та Туреччина (7,37%). Проблеми з логістикою змушують українських виробників скорочувати виробництво або тимчасово зупиняти потужності [14].
Титановмісні руди	У 2022 році експорт титановмісних руд знизився на 42%. Основні імпортери — Чехія (47,9%), США (11,9%), Румунія (9,7%). У 2021 році основними імпортерами були Мексика (21,2%), Китай (18,2%) і Чехія (14,1%). Війна суттєво вплинула на підприємства титанової галузі. Зокрема, ПрАТ «Об'єднана гірничо-хімічна компанія» на час воєнних дій змінила логістичні ланцюги постачання — відвантажує ільменітову руду через порти в Румунії та Польщі [15].
Прокат	У 2022 році експорт металопрокату з України зменшився на 73% порівняно з 2021 роком. За 1 квартал 2023 року Україна експортувала 96,48 тис. т довгого прокату. Експортна виручка скоротилася на 58,2% порівняно з аналогічним періодом 2022 року. Основні імпортери прутків та брусків гарячекатаних у бунтах у грошовому еквіваленті — Румунія (45,1%) та Польща (29,6%); дроту — Польща (38%) та Німеччина (19,4%); інших прутків та брусків — Молдова (70,4%), Словаччина (14,9%) та Польща (10,8%) [16]. Блокада морських портів унеможливує відвантаження значних обсягів продукції, оскільки залізницею прокат експортується переважно до Європи, а логістичні витрати перевищують довоєнні показники у кілька разів [17].
Неон	Світові виробники мікросхем відчули різке скорочення експорту чистого неону з України, яка постачала 70% світового неону. Основними імпортерами були США (11% імпорту), Австрія (7%), Угорщина (5%) [11]. 65% газоподібного неону виробляв завод Srgoip (м. Одеса). Війна в Україні призвела до закриття даного заводу, що може спровокувати ще більший дефіцит комп'ютерних чипів у всьому світі.
ІТ-послуги	За січень-лютий 2023 року експортна виручка ІТ-послуг знизилась на 27,3% порівняно з аналогічним періодом 2022 року, що в основному є наслідком блекаутів.
Агропродовольча продукція	У 1 кварталі 2023 року експорт агропродовольчої продукції на 5% перевищив показник за аналогічний період 2022 року. У березні 2023 року експорт агропродукції збільшився на 12% порівняно з лютим і сягнув найвищого з початку війни показника — 7,8 млн тон. 51% експорту здійснено з використанням «зернового коридору», а решта — альтернативними експортними маршрутами [18]. Основним імпортером українського продовольства є Китай (986 млн дол США). До топ-10 також увійшли Румунія, Туреччина, Польща, Нідерланди, Іспанія, Угорщина, Італія, Німеччина та Єгипет. Ці десять країн разом забезпечують 71% доходів українських агроекспортерів [19].

Джерело: сформовано авторами за даними [11–19]

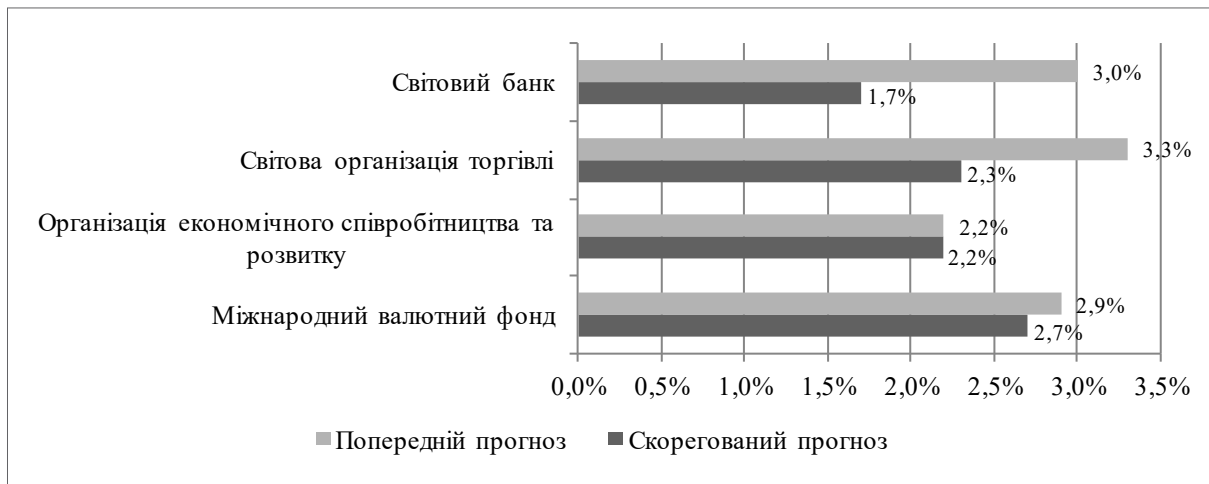


Рис. 1. Скореговані прогнози зростання світової економіки на 2023 рік

Джерело: сформовано авторами на основі [20]

Таблиця 2

Динаміка глобального економічного зростання і світової торгівлі

Роки	2020	2021	2022 (оціночний)	2023 (прогноз)	2024 (прогноз)
Зміна реального ВВП порівняно з попереднім роком, %					
Світ	-3,2	5,9	2,9	1,7	2,7
Країни з розвинутою економікою (США, Євросоюз, Японія)	-4,3	5,3	2,5	0,5	1,6
Економіки, де формується ринок та які розвиваються (ЕФРР)	-1,5	6,7	3,4	3,4	4,1
Обсяг світової торгівлі, %	-8,2	10,6	4,0	1,6	3,4

Джерело: сформовано авторами за даними [20]

у світовому співтоваристві. Проте, на 2023 рік прогнози більш невтішні, адже сукупність факторів (загострення геополітичної ситуації, зростання цін на енергоносії та інші ресурси, високі темпи інфляції та ін.), що розвиваються на фоні продовження війни в Україні, не дозволять зберегти стійкість світової торгівлі та стабільність економічного зростання. Окрім того, трансформація взаємодії між державами, яка виникла внаслідок розподілу думок і ставлення лідерів різних держав до воєнних дій в Україні, зумовила зміни у глобальних ланцюгах поставок. З'ясовано, що на сьогодні пріоритетну роль у світовій торгівлі

відіграє надійність торговельних партнерів, гнучкість механізмів і каналів постачання ресурсів, матеріалів, продукції і послуг.

Подальші дослідження доцільно зорієнтувати на формуванні методів збереження економічної активності на світовому ринку, оптимізації та підвищення надійності ланцюгів постачання для підтримання стійкості і єдності світового співтовариства. Дане завдання особливо важливе не лише в умовах війни в Україні, але й на етапі повоєнної відбудови української економіки та повернення активності нашій державі в контексті міжнародних торговельних відносин.

Література

1. Жабинець О. Чинники глобальних змін у міжнародній торгівлі та військова агресія Росії: вплив на розвиток експортної діяльності регіонів України. Галицький економічний вісник. 2022. № 2 (75). С. 82–91. doi: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2022.02
2. Полякова Ю.В., Яремко Л.А., Шайда О.Є. Міжнародна торгівля і глобальні виклики. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2021. № 3 (120). С. 13–18.
3. Осташко Т., Кобута І. Зміни у світовій торгівлі та торговельній політиці в умовах пандемії Covid-19: виклики і можливості для України. Ринок: прогноз і кон'юнктура. 2020. № 3. С. 7–24. doi: <https://doi.org/10.15407/eip2020.03.007>

4. Осташко Т. Багатополарність світової торгівлі: виклики і «коридор можливостей» для України. Ринок: прогноз і кон'юнктура. 2021. № 4. С. 29–52.
5. Калюжна Н. Г., Шеремет А. С. Логістична система України: актуальні проблеми та пріоритети відновлення. Бізнес Інформ. 2022. № 4. С. 90–96. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-4-90-96>
6. International merchandise trade and trade in services. UNCTADstat. 2023. URL: https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx?sCS_ChosenLang=en (дата звернення: 21.04.2023).
7. Global Trade Update (December 2022). United Nations Conference on Trade and Development. 2022. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcinf2022d4_en.pdf (дата звернення: 21.04.2023).
8. The war in Ukraine: Russia's ruptured relations with the West Geopolitics, supply chains and power dynamics in 2023. The Economist Intelligence Unit Limited. 2023. URL: <https://www.eiu.com/n/campaigns/russia-ukraine-outlook-2023/> (дата звернення: 21.04.2023).
9. White O., Buehler K., Smit S., Greenberg E., Mysore M. ... Chewning E. War in Ukraine: Twelve disruptions changing the world. McKinsey & Company. 2023. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/war-in-ukraine-twelve-disruptions-changing-the-world> (дата звернення: 21.04.2023).
10. Benson E., Kapstein E. The limits of «Friend-Shoring». Center for Strategic and International Studies. 2023. URL: <https://www.csis.org/analysis/limits-friend-shoring> (дата звернення: 21.04.2023).
11. Війна РФ проти України: вплив на глобальні ланцюги вартості. UkraineInvest. 2023. URL: <https://ukraineinvest.gov.ua/uk/news/22-09-22/> (дата звернення: 21.04.2023).
12. Колісниченко В. Український ГМК у березні 2023 року збільшив експорт руди на 25% м./м. GMK Center. 2023. URL: <https://gmk.center/ua/news/ukrainskij-gmk-u-berezni-2023-roku-zbilshiv-eksport-rudi-na-25-m-m/> (дата звернення: 21.04.2023).
13. Україна незначно наростила експорт чавуну. Minprom. 2023. URL: <https://minprom.ua/news/294288.html> (дата звернення: 24.04.2023).
14. Колісниченко В. Феросплавники України в січні 2023 року збільшили експорт продукції на 1,8% м./м. GMK Center. 2023. URL: <https://gmk.center/ua/news/ferosplavniki-ukraini-v-sichni-2023-roku-zbilshili-eksport-produkcii-na-1-8-m-m/> (дата звернення: 24.04.2023).
15. Григоренко Ю. Український титан: у 2022 році експорт титановмісних руд з України знизився на 42% р./р. GMK Center. 2023. URL: <https://gmk.center/ua/posts/ukrainskyj-tytan-u-2022-rotsi-eksport-tytanovmisnykh-rud-z-ukrainy-znyzvsia-na-42-r-r/> (дата звернення: 24.04.2023).
16. Українські метпідприємства у березні-2023 збільшили експорт довгого прокату на 46%. Профспілка металургів і гірників України. 2023. URL: <http://pmguinfo.dp.ua/12-gmk/6498-ukrajinski-metpidpriemstva-u-berezni-2023-zbilshili-eksport-dovgogo-prokату-na-46> (дата звернення: 24.04.2023).
17. Колісниченко В. Українські металурги у березні збільшили експорт плоского прокату на 67% м/м. GMK Center. 2023. URL: <https://gmk.center/news/ukrainskie-metallurgi-v-marte-velichili-eksport-ploskogo-prokata-na-67-m-m/> (дата звернення: 24.04.2023).
18. Україна в березні 2023 р. наростила експорт агропродукції на 12%. Інтерфакс-Україна. 2023. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/902000.html> (дата звернення: 24.04.2023).
19. Україна збільшила експорт агропродовольчої продукції у I кварталі 2023 року. Agravery.com. 2023. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/ukraina-zbilasila-eksport-agroprodovolcoi-produkcii-u-i-kvartali-2023-roku> (дата звернення: 24.04.2023).
20. Гавриленко Н., Широкий Г. Перспективи світової економіки в 2023–2024 роках. Національний інститут стратегічних досліджень. Центр зовнішньополітичних досліджень. 2023. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2023-01/svitoviy-bank_pdf.pdf (дата звернення: 21.04.2023).

References

1. Zhabynets O. (2022). Chynnyky hlobalnykh zmin u mizhnarodnii torhivli ta viiskova ahresiia Rosii: vplyv na rozvytok eksportnoi diialnosti rehioniv Ukrainy. Halytskyi ekonomichnyi visnyk. No. 2 (75). P. 82–91. doi: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2022.02
2. Poliakova Yu. V., Yaremko L. A., Shaida, O. Ye. (2021). Mizhnarodna torhivlia i hlobalni vyklyky. Derzhava ta rehiony. Serii: Ekonomika ta pidpriemnytstvo. No 3 (120). P. 13–18.
3. Ostashko T., Kobuta I. (2020). Zminy u svitovii torhivli ta torhovelnii politytsi v umovakh pandemii Covid-19: vyklyky i mozhlyvosti dlia Ukrainy. Rynok: prohnoz i koniunktura. No 3. P. 7–24. doi: <https://doi.org/10.15407/eip2020.03.007>
4. Ostashko T. (2021). Bahatopoliarnist svitovoi torhivli: vyklyky i «korydor mozhlyvostei» dlia Ukrainy. Rynok: prohnoz i koniunktura. No 4. P. 29–52.
5. Kaliuzhna N. H., Sheremet A. S. (2022). Lohistychna systema Ukrainy: aktualni problemy ta priorytety vidnovlennia. Biznes Inform. No 4. P. 90–96. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-4-90-96>
6. International merchandise trade and trade in services. (2023). UNCTADstat. URL: https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx?sCS_ChosenLang=en (Accessed on April 21, 2023).

7. Global Trade Update (December 2022). United Nations Conference on Trade and Development. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcinf2022d4_en.pdf (Accessed on April 21, 2023).
8. The war in Ukraine: Russia's ruptured relations with the West Geopolitics, supply chains and power dynamics in 2023. (2023). The Economist Intelligence Unit Limited.. URL: <https://www.eiu.com/n/campaigns/russia-ukraine-outlook-2023/> (Accessed on April 21, 2023).
9. White O., Buehler K., Smit S., Greenberg E., Mysore M. ... Chewning E. (2023). War in Ukraine: Twelve disruptions changing the world. McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/war-in-ukraine-twelve-disruptions-changing-the-world> (Accessed on April 21, 2023).
10. Benson E., Kapstein, E. (2023). The limits of «Friend-Shoring». Center for Strategic and International Studies. URL: <https://www.csis.org/analysis/limits-friend-shoring> (Accessed on April 21, 2023).
11. Viina RF proty Ukrainy: vplyv na hlobalni lantsiuhy vartosti. (2023). UkraineInvest. URL: <https://ukraineinvest.gov.ua/uk/news/22-09-22/> (Accessed on April 21, 2023).
12. Kolisnichenko V. (2023). Ukrainyskiy HMK u berezni 2023 roku zbilshyv eksport rudy na 25% m./m. (2023). GMK Center. URL: <https://gmk.center/ua/news/ukrainskij-gmk-u-berezni-2023-roku-zbilshiv-eksport-rudi-na-25-m-m/> (Accessed on April 21, 2023).
13. Ukraina neznachno narostyla eksport chavunu. (2023). Minprom. URL: <https://minprom.ua/news/294288.html> (Accessed on April 24, 2023).
14. Kolisnichenko V. Ferosplavnyky Ukrainy v sichni 2023 roku zbilshyly eksport produktsii na 1,8% m./m. (2023). GMK Center. URL: <https://gmk.center/ua/news/ferosplavniki-ukraini-v-sichni-2023-roku-zbilshili-eksport-produkcii-na-1-8-m-m/> (Accessed on April 24, 2023).
15. Hryhorenko Yu. Ukrainyskiy tytan: u 2022 rotsi eksport tytanovmisnykh rud z Ukrainy znyzyvsia na 42% r./r. (2023). GMK Center. URL: <https://gmk.center/ua/posts/ukrainskij-tytan-u-2022-rotsi-eksport-tytanovmisnykh-rud-z-ukrainy-znyzyvsia-na-42-r-r/> (Accessed on April 24, 2023).
16. Ukrainski metpidpriemstva u berezni-2023 zbilshyly eksport dovhoho prokatu na 46%. (2023). Profspilka metalurhiv i hirnykiv Ukrainy. URL: <http://pmguinfo.dp.ua/12-gmk/6498-ukrajinski-metpidpriemstva-u-berezni-2023-zbilshili-eksport-dovgogo-prokatu-na-46> (Accessed on April 24, 2023).
17. Kolisnichenko V. Ukrainski metalurhy u berezni zbilshyly eksport ploskoho prokatu na 67% m./m. (2023). GMK Center. URL: <https://gmk.center/news/ukrainskie-metallurgi-v-marte-uvelichili-eksport-ploskogo-prokata-na-67-m-m/> (Accessed on April 24, 2023).
18. Ukraina v berezni 2023 r. narostyla eksport ahroproduktsii na 12%. (2023). Interfaks-Ukraina. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/902000.html> (Accessed on April 24, 2023).
19. Ukraina zbilshyla eksport ahroprodovolchoi produktsii u I kvartali 2023 roku. (2023). Agravery.com. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/ukraina-zbilsila-eksport-agroprodovolchoi-produkcii-u-i-kvartali-2023-roku> (Accessed on April 24, 2023).
20. Havrylenko N., Shyrokyi H. Perspektyvy svitovoi ekonomiky v 2023–2024 rokakh. Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen. (2023). Tsentz zovnishnopolitychnykh doslidzhen. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2023-01/svitoviy-bank_pdf.pdf (Accessed on April 24, 2023).

УДК 339.9:001.8

Нікіфорова Лілія Олександрівна

*кандидат економічних наук, доцент,
провідний науковий співробітник відділу наукових досліджень та цифровізації
ДП «Український науковий центр розвитку інформаційних технологій»*

Nikiforova Liliia

*PhD in Economics, Associate Professor, Leading Researcher
SE «Ukrainian Scientific Center for the Development of Information Technologies»
ORCID: 0000-0002-7034-607X*

Дьогтева Ірина Оксентіївна

*старший науковий співробітник
відділу наукових досліджень та цифровізації
ДП «Український науковий центр розвитку інформаційних технологій»*

Dohtieva Iryna

*Senior Research
SE «Ukrainian Scientific Center for the Development of Information Technologies»
ORCID: 0000-0002-8567-6952*

Шиян Анатолій Антонович

*кандидат фізико-математичних наук, доцент,
провідний науковий співробітник відділу наукових досліджень та цифровізації
ДП «Український науковий центр розвитку інформаційних технологій»*

Shyian Anatoliy

*PhD in Physics and Mathematics, Associate Professor, Leading Researcher
SE «Ukrainian Scientific Center for the Development of Information Technologies»
ORCID: 0000-0002-5418-1498*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8776

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА У СФЕРІ НАУКИ, ІННОВАЦІЙ ТА ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ

DIRECTIONS OF THE DEVELOPMENT OF LEGAL PROVIDING OF INTERNATIONAL COOPERATION IN THE FIELD OF SCIENCE, INNOVATION AND TRANSFER OF TECHNOLOGY

Анотація. Стаття присвячена актуальним питанням розвитку правового забезпечення міжнародного співробітництва у сфері науки, інновацій та трансферу технологій. В роботі доведено, що правове забезпечення міжнародного співробітництва є важливою складовою успішної роботи в галузі науки, інновацій та трансферу технологій, що, в свою чергу, є важливими складовими економічного зростання держави.

В статті проаналізовано та систематизовано можливі напрямки розвитку правового забезпечення для підвищення ефективності застосування міжнародного співробітництва України у сфері науки, інновацій та трансферу технологій для прискорення її економічного зростання. Підкреслено, що саме інтелектуальна власність є товаром в рамках ринкової економіки.

За результатами проведеного аналізу виокремлено п'ять перспективних напрямків розвитку правового забезпечення міжнародного наукового співробітництва у сфері науки, а саме: міжнародне фінансування досліджень і розробок, створення та функціонування міжнародних наукових колективів, доступ до сучасного наукового обладнання та методів, придбання сучасного наукового обладнання та покращення міжнародної наукової комунікації.

Проведений в статті аналіз свідчить про те, що наукові результати інтегруються в економіку в основному через різного роду інновації, які є потужним драйвером економічного розвитку країни. Доведено, що саме інновації виступають ос-

новним напрямком адаптації наукових знань до потреб суспільства та виокремлено типові траєкторії розвитку сучасного високотехнологічного інноваційного підприємства.

Також, в статті проаналізовано низку законодавчих актів (закони, угоди, меморандуми) щодо міжнародного співробітництва України у сфері науки, як українських, так і європейських. Обґрунтовано необхідність розробки національні нормативно-правові акти, які б дозволяли ефективно регулювати взаємодію українських і зарубіжних партнерів у галузі інновацій, забезпечувати інтелектуальну власність та захищати права інноваційних компаній. Крім того, в роботі було підкреслено важливість підписання міжнародних угод з країнами-партнерами, які б дозволяли вирішувати питання інтелектуальної власності, підтримувати трансфер технологій та обмін досвідом в галузі інновацій.

Ключові слова: наука, інновації, міжнародне співробітництво, трансфер технологій.

Summary. The article is devoted to topical issues of the development of legal support for international cooperation in the field of science, innovation and technology transfer. The work proves that the legal support of international cooperation is an important component of successful work in the field of science, innovation and technology transfer, which are important components of the economic growth of the state.

The article analyzes and systematizes possible directions for the development of legal support to increase the effectiveness of Ukraine's international cooperation in the field of science, innovation, and technology transfer to accelerate its economic growth. It is emphasized that intellectual property is a commodity within the market economy.

Based on the results of the analysis, five promising directions for the development of legal support for international scientific cooperation in the field of science were identified, namely: international funding of research and development, creation and functioning of international scientific teams, access to modern scientific equipment and methods, acquisition of modern scientific equipment and improvement of international scientific communication.

The analysis carried out in the article shows that scientific results are integrated into the economy mainly through various innovations, which are a powerful driver of the country's economic development. It is proven that innovations are the main direction of adaptation of scientific knowledge to the needs of society, and typical trajectories of the development of a modern high-tech innovative enterprise are highlighted.

Also, the article analyzes a number of legislative acts (laws, agreements, memoranda) regarding Ukraine's international cooperation in the field of science, both Ukrainian and European. The need to develop national regulatory and legal acts that would allow to effectively regulate the interaction of Ukrainian and foreign partners in the field of innovation, to ensure intellectual property and protect the rights of innovative companies is substantiated. In addition, the work emphasized the importance of signing international agreements with partner countries that would allow solving intellectual property issues, support technology transfer and exchange of experience in the field of innovation.

Key words: science, innovation, international cooperation, transfer of technology.

Постановка проблеми. Правове забезпечення міжнародного співробітництва є важливою складовою успішної роботи в галузі науки, інновацій та технологій. Наука, інновації та трансфер технологій є складовими економічного зростання держави, тому Україна активно працює над створенням сприятливих умов для міжнародної співпраці в цих сферах, включаючи підписання міжнародних угод та участь у міжнародних проєктах [1, с. 177].

Однак, в Україні існують і деякі проблеми з правовим забезпеченням міжнародної співпраці в цих сферах [2, с. 22]. Одна з проблем полягає у відсутності національних нормативно-правових актів, які регулюють взаємодію українських науковців із зарубіжними колегами, а також у процесі трансферу технологій. У сфері науки українські науковці сьогодні часто використовують особисті контакти для участі у міжнародному співробітництві. Це створює певні труднощі в організації міжнародної співпраці та перешкоджає розвитку відповідних процесів.

Іншою проблемою є недостатня увага до забезпечення правових гарантій з боку держави, так як

Україна як держава є одним із основних учасників міждержавних угод із фінансування міжнародного науково-технічного співробітництва. Наприклад, українські вчені, які беруть участь у міжнародних проєктах, не завжди мають гарантії щодо збереження інтелектуальної власності, що є однією з ключових проблем у галузі науки та технологій. Також слід зауважити, що ефективне правове регулювання міжнародної співпраці є одним із ключових елементів створення сприятливого інвестиційного клімату для розвитку інновацій в Україні. У цьому контексті важливо розробляти національні нормативно-правові акти, які б дозволяли ефективно регулювати взаємодію українських і зарубіжних партнерів у галузі інновацій, забезпечувати інтелектуальну власність та захищати права інноваційних компаній. Крім того, як було вже зауважено вище, важливим є підписання міжнародних угод з країнами-партнерами, які б дозволяли вирішувати питання інтелектуальної власності, підтримувати трансфер технологій та обмін досвідом в галузі інновацій. Забезпечення правових гарантій і захисту інтересів українських інноваційних компаній є важливим елементом

стимулювання розвитку вітчизняної інноваційної галузі і є ключовим фактором конкурентоспроможності України на світовому ринку на одному рівні із розвитком міжнародного науково співробітництва та трансфером технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Кількість наукових джерел, які стосуються проблем розвитку науки та технологій в Україні, а також правового забезпечення відносин, пов'язаних з інноваціями та трансфером технологій є достатньою. Більшість статей висвітлює актуальні проблеми в розрізі вище окресленої тематики та пропонує різні шляхи їх вирішення. Зокрема Леонтович С. П. та Радченко О. Д. [3, с. 130–134] у своїй роботі висвітлюють основні фінансово-правові інструменти, що сприяють розвитку міжнародного науково-технічного співробітництва України. Робота Новікова Є. А. [4] присвячена дослідженню правового регулювання діяльності мережі трансферу технологій, яка є важливим інструментом розвитку інноваційної діяльності в Україні. Автор аналізує особливості мережі трансферу технологій, її місце в системі науково-технічного розвитку, а також законодавче регулювання цієї діяльності в Україні та закордоном. Окрім того, у роботі розглядаються питання щодо правового захисту інтелектуальної власності, управління правами на технології, механізмів підтримки інноваційних проєктів, трансферу технологій у галузі здоров'я, інноваційної діяльності в енергетичній сфері та інше. Стаття Ставнюк В. В. та Підлісної Я. В. [5, с. 148–153] присвячена проблемам нормативно-правового забезпечення інноваційної діяльності та шляхам їх вирішення. Автори аналізують взаємозв'язок між інноваційною діяльністю та нормативно-правовим забезпеченням, зокрема регулюванням інноваційних процесів в Україні. Вони зазначають, що недостатнє регулювання може призвести до ризику втрати інвестицій та загрози для конкурентоспроможності компаній.

Дослідження Давидюка О. М. [6, с. 75–79] присвячено аналізу сучасного стану правового регулювання відносин, пов'язаних із створенням, передачею прав та втіленням технологій як об'єкту господарського обороту. В ході проведеного дослідження автором було систематизовано і виділено групи проблем, які існують у сфері обігу технологій. У статті Волощенка О. [7] розглядаються проблеми удосконалення права інтелектуальної власності в Україні в контексті євроінтеграції. Автор досліджує недоліки в діючому законодавстві, пов'язані з охороною прав на об'єкти інтелектуальної власності, та запропонує шляхи їх вирішення. Також в статті звертається увага на важливість вдосконалення законодавства для захисту прав власників інтелектуальної власності в умовах глобалізації та зростання використання цифрових технологій.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Проаналізувати можливі напрямки розвитку правового забезпечення для підвищення ефективності застосування міжнародного співробітництва України у сфері науки, інновацій та трансферу технологій для прискорення економічного зростання.

Виклад основного матеріалу. Використання міжнародного співробітництва у сфері науки дозволяє Україні: досягти ефективного інтегрування української науки до світового наукового та Європейського дослідницького простору, що відображено в основних цілях державної політики [8, ст. 45, п. 9, ч. 1] та основних принципах державного управління та регулювання у сфері наукової і науково-технічної діяльності [8, ст. 46, п. 8, ч. 1]; значно підвищити функціонування каналів адаптації передових наукових досягнень для потреб економіки країни; відкрити доступ до використання міжнародного фінансування українських наукових проєктів як із фінансових джерел окремих країн, так і із спільних міжнародних фінансових проєктів, яке включається в фінансове забезпечення наукової і науково-технічної діяльності [8, ст. 48, ч. 1].

Міжнародне наукове та науково-технічне співробітництво відповідно до Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність» реалізується через [8, ст. 66, ч. 2]: проведення досліджень та розробок на базі кооперації, спільних програм, координаційних угод, в рамках співпраці з міжнародними колективами спеціалістів, інститутами, в межах спільних підприємств; використання права власності на результат на основі договорів; виконання робіт за угодами, де стороною виступає організація іноземної держави або міжнародна організація; проведення міжнародних заходів, зокрема конференцій, конгресів, симпозіумів; обмін кадрами, студентами, аспірантами, спільну підготовку спеціалістів; обмін інформацією, використання міжнародних інформаційних фондів, банків даних; участь у міжнародних програмах, наприклад, в Рамковій програмі Європейського Союзу з досліджень та інновацій «Горизонт Європа» [1, с. 2, 9], програма «EU4Health» [10], LIFE [11].

Відповідно державне управління міжнародного співробітництва у сфері науки зосереджене на: кооперації держав з метою проведення спільних досліджень; реалізації проєктів, які представляють взаємний інтерес; обміні, технологіями, їх передачі; підготовці кадрів, підвищення кваліфікації; захисті інтелектуальної власності на отримані результати; визнанні іноземних документів у сфері міжнародного наукового та науково-технічного співробітництва (наприклад, Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Угорщини про взаємне визнання документів про освіту та наукові ступені [12]). В рамках законодавства України про

наукову і науково-технічну діяльність виділяють нормативно-правові акти, що регулюють відносини у процесі провадження такої діяльності та міжнародні договори України [8, ст. 3].

Основними міжнародними договорами визначають державні договори. Варто зауважити, що багатосторонні угоди зазвичай не містять конкретних зобов'язань держав-учасників. Наразі акцент зосереджений на двосторонніх домовленостях (приклад двосторонньої угоди серед оновлень: Угода між Міністерством освіти і науки України та Міністерством освіти, молоді та спорту Чеської Республіки про співробітництво в галузі освіти і науки [13]). Подібні угоди регулюють загальні питання міжнародного співробітництва держав в галузі науки. Також варто виділити договори, які встановлюють міждержавні зв'язки в окремих галузях науки, наприклад: Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони [14], Рамкова угода між Урядом України та Урядом Турецької Республіки про співробітництво в сфері високих технологій, авіаційній та космічній галузях [15].

За результатами проведеного аналізу на рис. 1. представлені перспективні напрямки розвитку правового забезпечення.

На рис. 1 штриховими блоками об'єднані блоки, які належать або Україні, або закордонним

країнам. В середині кожного із блоків використовується внутрішнє законодавство (відповідно українське, або тих країн, де працюють іноземні вчені).

На першому етапі забезпечується доступ українських вчених до відповідних комунікаційних платформ, в рамках яких буде здійснюватися спілкування українських вчених з іноземними.

На другому етапі, результатом спілкування буде створення міжнародної команди (колективу) вчених, які спільно будуть розробляти певний проект. Це може бути науковий проект, проект із впровадження інновацій або ж проект трансферу технологій.

На третьому етапі міжнародна команда вчених приймає участь як єдине ціле у відповідній міжнародній конкурсній програмі та виграє грант на реалізацію запропонованого нею проекту.

На четвертому етапі закуплені в рамках виконання проекту сучасне наукове обладнання, технології та методи (ноу хау) переміщуються відповідно до України та до країни (країн), де працюють іноземні вчені. На рис. 1 показано, що це є канал для отримання Україною сучасного обладнання, інновацій та технологій. Також показано, що іноземні вчені вже мають доступ до сучасного обладнання, інновацій та технологій.

Процеси, які відбуваються на всіх чотирьох етапах повинні підтримуватися спеціальним правовим забезпеченням міжнародного співробітництва у сфері науки, інновацій та трансферу технологій.

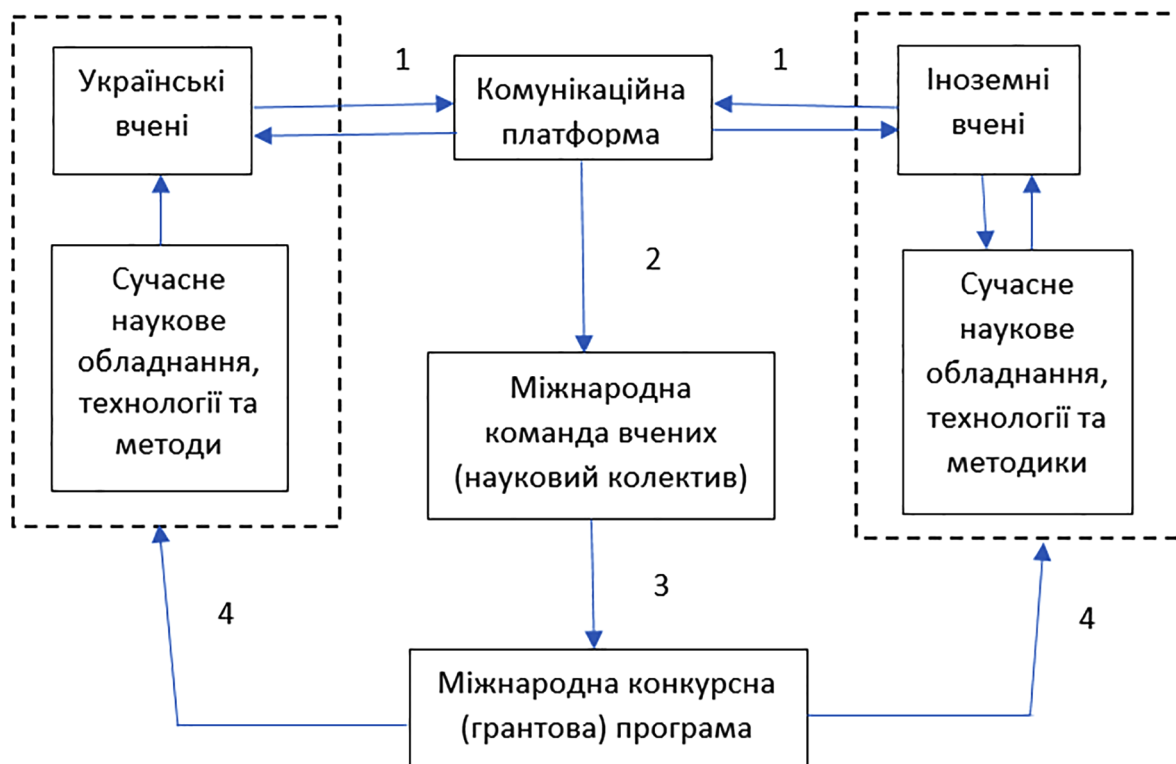


Рис. 1. Блок-схема процесу міжнародного співробітництва у сфері науки, інновацій та трансферу технологій, пояснення в тексті

Джерело: авторська розробка

Отже, з огляду на рис. 1 розвиток правового забезпечення в напрямку міжнародного фінансування досліджень і розробок дозволить створити умови для ефективної участі українських вчених у міжнародних наукових колективах. Це також дозволить українським вченим використовувати сучасну апаратно-технологічну базу для здійснення досліджень і розробок. Слід зауважити, що результатом наукового проекту, як правило, є нове знання. Це нове знання створюють конкретні особи, і вклад кожної такої особи юридично оформляється як авторське право [6, с. 76–78; 7, с. 11–13]. Сьогодні в багатьох наукових статтях, які якраз і є продуктом/результатом наукової діяльності вимагається вказувати, який саме вклад здійснили автори. Також в результатах наукової діяльності фіксується розподіл створеної інтелектуальної власності. Підкреслимо, що саме інтелектуальна власність є товаром в рамках ринкової економіки. Таким чином, українське законодавство повинно бути синхронізоване із закордонним для захисту авторських прав українських науковців та створеної ними інтелектуальної власності, отриманих в результаті міжнародного науково-технічного співробітництва.

Інновації є потужним драйвером економічного розвитку країни. Інновації виступають основним напрямком адаптації наукових знань до потреб

суспільства. Саме через інновації до економічного розвитку залучаються широкі верстви працівників, формуються нові підприємства. Основні траєкторії розвитку сучасного високотехнологічного підприємства подані на рис 2.

На рис. 2. штриховою лінією відображено єдину функціональну область в яку входить науковий результат, і як його наслідок — створення інновації. Щодо можливих траєкторії розвитку сучасного високотехнологічного підприємства, то на схемі 2 їх виділено три основних:

1. Науковий результат + створення інновації → старт-ап (створення підприємства, орієнтованого на виробництво конкретної інновації) → підприємство високих технологій.

2. Підприємство у стані регресії + науковий результат + створення інновації → спін-оф (переорієнтація існуючого підприємства на виробництво інновації) → підприємство високих технологій.

3. Працююче підприємство + науковий результат + створення інновації → новий (додатковий) напрямок діяльності підприємства → підприємство високих технологій.

Серед основних принципів державної інноваційної політики виділяють заходи щодо підтримки міжнародної науково-технологічної кооперації, трансферу технологій та просування вітчизняної продукції на зовнішній ринок [16, ст. 3, ч. 2].

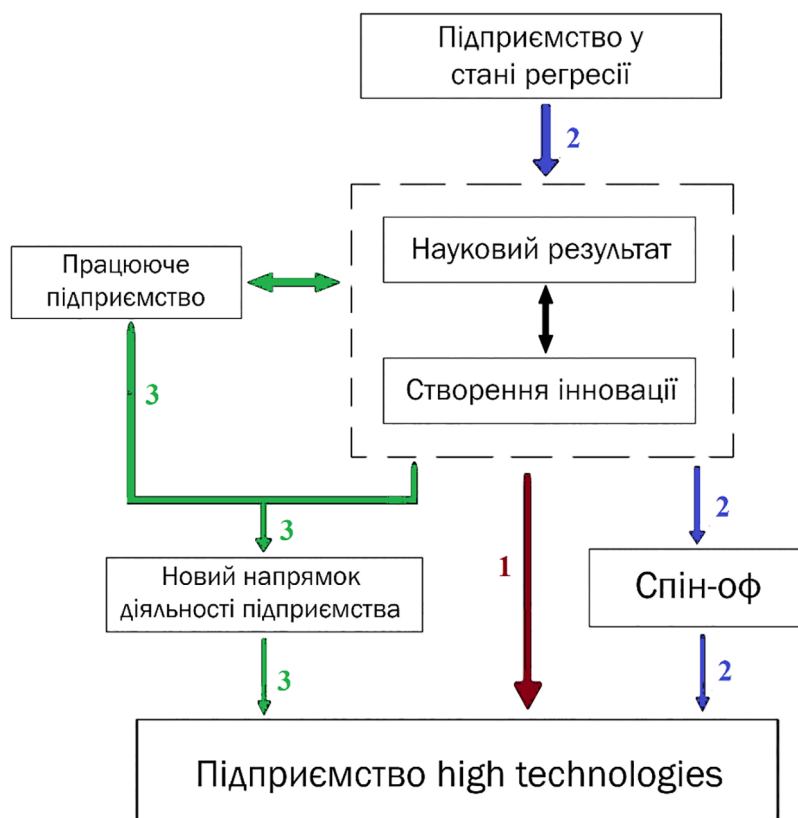


Рис. 2. Схема основних траєкторій розвитку сучасного високотехнологічного підприємства
Джерело: авторська розробка

До проблем функціонування національної інноваційної екосистеми в рамках створення новацій, зокрема, відносять недостатню залученість науковців та малого і середнього бізнесу в міжнародних програмах; на етапі трансферу — законодавче питання щодо механізму передачі технологій, створених або придбаних за бюджетні кошти, за кордон; в процесі впровадження на базі стартапу, наприклад, визначаються проблеми правового захисту власності іноземних інвесторів [17].

Розвиток правового забезпечення таких траєкторій соціалізації результатів наукових досліджень і розробок з урахуванням доступу підприємств України до міжнародного ринку інновацій та можливістю залучення міжнародного капіталу та створення спільних виробничих підприємств створить умови для потужного розвитку країни. В результаті у сфері інновацій українська науково-технічна спільнота отримує доступ до найновіших інновацій, які створюються у світі. Це дозволяє в подальшому створювати в Україні умови для створення сучасного виробництва, яке буде випускати товари, які будуть мати великий попит у світі. Це дозволить економіці України здійснити більш швидке зростання рівня вкладу у світову економіку.

Державне регулювання інноваційної діяльності відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» передбачає поряд з формуванням економічних механізмів для підтримки і стимулювання такої діяльності створення нормативно-правової бази [16, ч. 1, ст. 6], що визначається основними принципами державної інноваційної політики [16, ч. 2, ст. 3]. Актуальність створення сприятливого нормативно-правового поля для суб'єктів господарювання, що провадять інноваційну діяльність, також зазначена в «Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року» [17].

В межах міжнародного співробітництва у сфері інноваційної діяльності за умови встановлення міжнародними договорами інших правил, ніж ті, що передбачені законодавством України в даній сфері, застосовуються правила міжнародних договорів [16, ч. 1, ст. 23]. Загалом інновації багато в чому впорядковуються патентним законодавством та регуляцією захисту авторських прав. На цьому етапі законодавчо впорядковуються розмежування авторського права та прав на інтелектуальну власність. Однак крім наявності законодавства, тут уже потрібно враховувати наявність спеціальних організацій та структур, які є учасниками та виконують окрему роль по впровадженню цього законодавства. Для розвинених країн такі структури давно створені та активно працюють, захищаючи авторські права та інтелектуальну власність своїх громадян.

В Україні у 2020 році відповідно до Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо створення національного органу

інтелектуальної власності» [18] утворено Національний орган інтелектуальної власності (НОІВ), причому за розпорядження Кабінету Міністрів України [19] державна організація «Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій» виконує функції Національного органу інтелектуальної власності.

Трансфер технологій займає важливе місце у розвитку та функціонуванні економіки [4, с. 5–10]. Основні етапи бизнес-процесу трансферу технологій є такими:

1. Правовий захист немайнового авторського права на результат (науковий, інновацію, технологію). Тут сторонами є конкретні люди та організації (наприклад, фінансуючи, де створювався об'єкт захисту тощо). Як правило, в наукових дослідженнях та розробках немайнове авторське право використовується для фіксації авторства.

2. Правовий захист права на інтелектуальну власність (майнового авторського права). Як правило, це є патент, в якому чітко обговорені права власності. Поза увагою при цьому часто залишається те, що вже на цьому етапі часто існує «прихований» акт трансферу. Наприклад, від людини, яка створює такий науковий результат чи розробку, які можуть бути об'єктом патентування. Як правило, існують організації, які вже на етапі створення об'єкту правового захисту (наприклад, патентування) вносять свій вклад в його отримання. Наприклад, фінансуючи дослідження та/чи розробку, надаючи послуги ексклюзивним обладнанням, створюючи умови для роботи тощо. Таким чином, вже на етапі дослідження та розробок об'єкт правового захисту вимагає, як правило, правового забезпечення відношень між окремими особами та підприємствами, а також між різними підприємствами.

3. На відміну від немайнового авторського права (фіксації автора), право інтелектуальної власності є предметом трансферу. В економіці існує багато різних можливостей для цього. Основними прикладами є трансфер у вигляді ліцензій та продажу патентів.

Трансфер технологій, власне, і є застосування перших двох напрямків правового забезпечення на практиці. Таке застосування також вимагає додаткового специфічного законодавчого впорядкування.

Сьогодні жодна країна не здатна створювати абсолютно всі наукові знання світу і, в результаті, не здатна повністю побудувати економіку виключно на унікальних інноваціях. Кожна країна займається запозиченнями технологій, тобто запозиченнями результатів застосування інновацій для умов виробництва. Тому трансфер інновацій є важливою та обов'язковою складовою розвитку правового забезпечення для міжнародного співробітництва [4, с. 76; 5, с. 58].

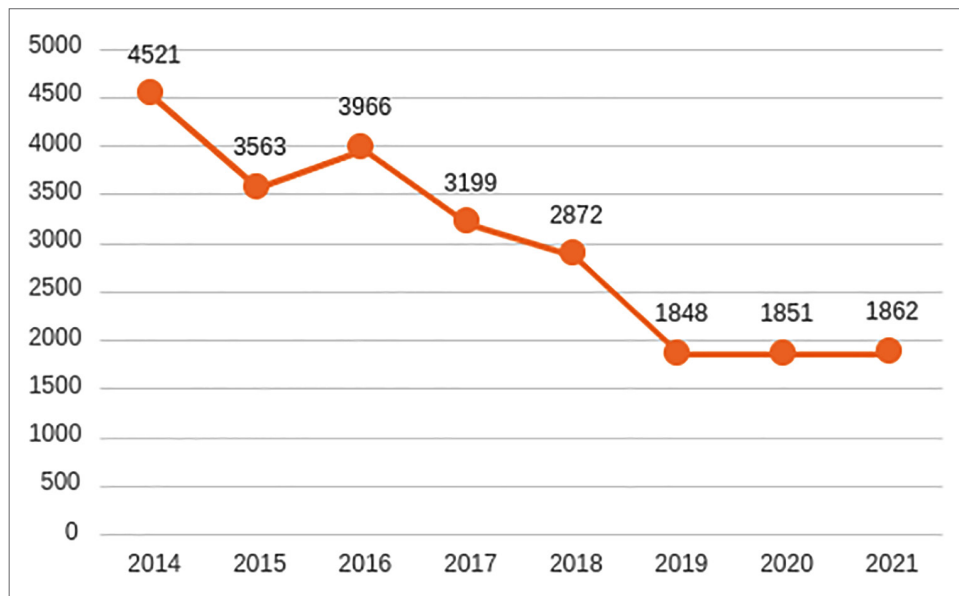


Рис. 3. Кількість укладених договорів про трансфер технологій в період з 2014 по 2021 рік

Джерело: складено авторами на основі джерела [21]

Загалом міжнародне співробітництво у сфері трансферу технологій реалізується через [20, ст. 5]: міжнародні договори щодо науково-технічного, технологічного, інвестиційного співробітництва, кооперації; інвестиції; передачу технологій; участь у міжнародних виставках та ярмарках високо-технологічної продукції і технологій; вітчизняні сегменти міжнародних інформаційних і комунікаційних систем з питань інтелектуальної власності, трансферу технологій; запровадження в Україні міжнародних стандартів.

На рис. 3 продемонстрована динаміка кількості укладених договорів про трансфер технологій в період з 2014 по 2021 рік.

У цій сфері важливу роль відіграють Міжнародні стандарти серії ІСО. Необхідно також враховувати, що потрібно не тільки інтегрувати ці Стандарти у законодавство України. Потрібно також навчити досить велику кількість людей ними користуватися. І, головне, потрібно створити умови для створення спеціалізованих організацій різної форми власності та інтегрування до економіки та законодавчого поля як України, так і закордонних країн.

Висновки і перспективи подальших досліджень.

Таким чином, в роботі описано та обґрунтовано напрямки розвитку правового забезпечення для міжнародного співробітництва України у сфері науки, інновацій та трансферу технологій. Проведений в статті аналіз свідчить про те, що наукові результати інтегруються в економіку в основному через різного роду інновації, такі як розробка спеціальної технології виготовлення та підготовки висококваліфікованого персоналу. Ця діяльність спирається на наукову, але вже не є науковою. Крім того, для того щоб якомога швидше соціалізувати науковий результат, тобто донести його до суспільства застосовуючи потужні ринкові економічні механізми, потрібно розмножувати технологію, впроваджуючи її на різних виробництвах. В рамках ринкової економіки це досягається трансфером технологій, коли підприємство купляє ліцензію чи патент на певну технологію. Всі ці процеси тісно зв'язані між собою, вони впливають один з одного, проте кожен із них має свої особливості створення та застосування відповідного правового супроводу, перспективні напрямки розвитку якого і були виділені та проаналізовані в даній роботі.

Література

1. Нікіфорова Л., Азарова А., Шиян А., Житкевич О. (2022). Використання міжнародних грантових програм Horizon 2020 та Horizon Europe в цифровій економіці. *Innovation and Sustainability*. № 3. С. 176–185.
2. Куркова К. М. Адміністративно-правове забезпечення науково-технологічного розвитку в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. юрид. наук: спец. 12.00.07 «Адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право». Дніпро. 2021. 42 с.
3. Леонтович С. П., Радченко О. Д. Фінансово-правові інструменти розвитку міжнародного науково-технічного співробітництва України // *Міжнародне науково-технічне співробітництво: принципи, механізми, ефективність:*

зб. наук. пр. XVIII (XXX) Міжнар. наук.-практ. конф., 10–11 берез. 2022 р. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. С. 130–134.

4. Новіков С. А. Правове регулювання діяльності мережі трансферу технологій: монографія. Харків: НДІ ПЗІР НАПрНУ, 2019. 173 с.

5. Ставнюк В. В., Підлісна Я. В. Проблеми нормативно-правового забезпечення інноваційної діяльності та шляхи їх вирішення / Матеріали конференції «Проблеми нормативно-правового забезпечення інноваційної діяльності та шляхи їх вирішення», м. Київ, 27 вересня 2017. Київ: КНУ ім. Тараса Шевченка, 2017. С. 148–153.

6. Давидюк О. М. (2018). Проблеми правового забезпечення відносин пов'язаних із обігом технологій в Україні та господарсько-правові засоби їх вирішення. Право та інновації. № 2 (22). С. 75–79.

7. Волощенко О. (2019). Проблеми удосконалення права інтелектуальної власності в умовах євроінтеграції. Підприємництво, господарство і право. № 4. С. 10–14.

8. Про наукову і науково-технічну діяльність: Закон України від 26.11.2015 № 848-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/848-19> (дата звернення: 17.02.2023)

9. Agreement between the European Union and European Atomic Energy Community of the one part and Ukraine of the other part, on the participation of Ukraine in Horizon Europe — the Framework Programme for Research and Innovation and the Research and Training Programme of the European Atomic Energy Community (2021–2025) complementing Horizon Europe — the Framework Programme for Research and Innovation. Official Journal of the European Union, L 95, 23 March 2022. P. 1–18.

10. Угода між Україною та Європейським Союзом про участь України у програмі «EU4Health»: Угода; Україна від 15.07.2022 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/984_004-22 (дата звернення: 18.02.2023)

11. Угода між Україною та Європейським Союзом про участь України у Програмі ЄС LIFE — Програмі дій з довкілля та клімату: Угода; Україна від 24.06.2022 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/984_002-22 (дата звернення: 20.02.2023)

12. Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Угорщини про взаємне визнання документів про освіту та наукові ступені: Угода Кабінету Міністрів України; Угорщина; Міжнародний документ від 22.07.2021 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/348_001-21 (дата звернення: 20.02.2023)

13. Угода між Міністерством освіти і науки України та Міністерством освіти, молоді та спорту Чеської Республіки про співробітництво в галузі освіти і науки: Угода; МОН України від 22.11.2022 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/203_001-22 (дата звернення: 19.02.2023)

14. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони: Угода; Україна від 27.06.2014 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/984_011 (дата звернення: 18.02.2023)

15. Рамкова угода між Урядом України та Урядом Турецької Республіки про співробітництво в сфері високіх технологій, авіаційній та космічній галузях: Угода Кабінету Міністрів України; Туреччина; Міжнародний документ, Форма типового документа, Довідка, Звіт від 03.02.2022 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/792_001-22 (дата звернення: 20.02.2023)

16. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 № 40-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/40-15> (дата звернення: 17.02.2023)

17. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України; Стратегія від 10.07.2019 № 526-р // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/526-2019-%D1%80> (дата звернення: 22.02.2023)

18. Про внесення змін до деяких законів України щодо створення національного органу інтелектуальної власності: Закон України від 16.06.2020 № 703-IX // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/703-20> (дата звернення: 22.02.2023)

19. Деякі питання Національного органу інтелектуальної власності: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 28.10.2022 № 943-р // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/943-2022-%D1%80> (дата звернення: 22.02.2023)

20. Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій: Закон України від 14.09.2006 № 143-V // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/143-16> (дата звернення: 19.02.2023)

21. Інформаційно-аналітична записка щодо напрямів використання коштів, одержаних у результаті трансферу технологій, створених за рахунок коштів державного бюджету у 2021 році та у період 2014–2021 років. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/nauka/2022/Transefer.tekhnolohiy.2022/16.08.2022/Inf-analit.zapyska.napr.vykor.koshtiv.2014-2021-16.08.2022.pdf> (дата звернення: 22.02.2023)

References

1. Nikiforova L., Azarova A., Shyian A., Zhytkevych O. (2022). Vykorystannya mizhnarodnykh hrantovykh prohram Horizon 2020 ta Horizon Europe v tsyfroviy ekonomitsi. Innovation and Sustainability. № 3. S. 176–185.
2. Kurkova K.M. Administratyvno-pravove zabezpechennya naukovo-tekhnologichnoho rozvytku v Ukraini: avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya dokt. yuryd. nauk: spets. 12.00.07 «Administratyvne pravo i protses; finansove pravo; informatsiyne pravo». Dnipro. 2021. 42 s.
3. Leontovych S.P. Radchenko O.D. Finansovo-pravovi instrumenty rozvytku mizhnarodnoho naukovo-tekhnichnoho spivrobitnytstva Ukrainy // Mizhnarodne naukovo-tekhnicne spivrobitnytstvo: pryntsyppu, mekhanizmy, efektyvnist [International scientific and technical cooperation: principles, mechanisms, effectiveness]: zb. nauk. pr. XVIII (XXX) Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 10–11 March. 2022 r. Kyiv: KPI im. Ihorya Sikors'koho, 2022. С. 130–134.
4. Novikov Ye.A. Pravove rehulyuvannya diyal'nosti merezhi transferu tekhnolohiy: monograph. Kharkiv: NDI PZIR NAPrNU, 2019. 173 s.
5. Stavnyuk V.V., Pidlisna Ya.V. Problemy normatyvno-pravovoho zabezpechennya innovatsiynoi diyal'nosti ta shlyakhy yikh vyrishennya. Materialy konferentsiyi «Problemy normatyvno-pravovoho zabezpechennya innovatsiynoi diyal'nosti ta shlyakhy yikh vyrishennya [Materials of the conference «Problems of regulatory and legal support of innovative activity and ways of solving them»], Kyiv, 27 September 2017. Kyiv: KNU im. Tarasa Shevchenka, 2017. S. 148–153.
6. Davydyuk O.M. (2018). Problemy pravovoho zabezpechennya vidnosyn pov'yazanykh iz obihom tekhnolohiy v Ukraini ta hospodarsko-pravovi zasoby yikh vyrishennya. Pravo ta innovatsiyi [Law and innovation]. № 2 (22). S. 75–79.
7. Voloshchenko O. (2019). Problemy udoskonalennya prava intelektual'noyi vlasnosti v umovakh yevrointehratsiyi. Pidpryyemnytstvo, hospodarstvo i pravo [Entrepreneurship, economy and law]. № 4. S. 10–14.
8. Pro naukovu i naukovo-tekhnicnu diyal'nist': Zakon Ukrainy vid 26.11.2015 № 848-VIII // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy». Verkhovna Rada Ukrainy [Database «Legislation of Ukraine»]. Verkhovna Rada of Ukraine. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/848-19> (date of access: 17.02.2023)
9. Agreement between the European Union and European Atomic Energy Community of the one part and Ukraine of the other part, on the participation of Ukraine in Horizon Europe — the Framework Programme for Research and Innovation and the Research and Training Programme of the European Atomic Energy Community (2021–2025) complementing Horizon Europe — the Framework Programme for Research and Innovation. Official Journal of the European Union, L 95, 23 March 2022, pp. 1–18.
10. Uhoda mizh Ukrainoyu ta Yevropeyskym Soyuzom pro uchast' Ukrainy u prohrami «EU4Health»: Uhoda; Ukraina vid 15.07.2022 // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy». Verkhovna Rada Ukrainy [Database «Legislation of Ukraine»]. Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/984_004-22 (дата звернення: 18.02.2023)
11. Uhoda mizh Ukrainoyu ta Yevropeys'kym Soyuzom pro uchast' Ukrainy u Prohrami YES LIFE — Prohrami diy z dovkillya ta klimatu: Uhoda; Ukraina vid 24.06.2022 // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy». Verkhovna Rada Ukrainy [Database «Legislation of Ukraine»]. Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/984_002-22 (date of access: 20.02.2023)
12. Uhoda mizh Kabinetom Ministriv Ukrainy ta Uryadom Uhorshchyny pro vzayemne vyznannya dokumentiv pro osvitu ta naukovu stupeni: Uhoda Kabinetu Ministriv Ukrainy; Uhorshchyna; Mizhnarodnyy dokument vid 22.07.2021 // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy». Verkhovna Rada Ukrainy [Database «Legislation of Ukraine»]. Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/348_001-21 (date of access: 20.02.2023)
13. Uhoda mizh Ministerstvom osvity i nauky Ukrainy ta Ministerstvom osvity, molodi ta sportu Ches'koyi Respubliki pro spivrobitnytstvo v haluzi osvity i nauky: Uhoda; MON Ukrainy vid 22.11.2022 // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy». Verkhovna Rada Ukrainy [Database «Legislation of Ukraine»]. Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/203_001-22 (date of access: 19.02.2023)
14. Uhoda pro asotsiatsiyu mizh Ukrainoyu, z odniyeyi storony, ta Yevropeys'kym Soyuzom, Yevropeys'kym spivtovarystvom z atomnoyi enerhiyi i yikhnimy derzhavamy-chlenamy, z inshoyi storony: Uhoda; Ukraina vid 27.06.2014 // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy». Verkhovna Rada Ukrainy [Database «Legislation of Ukraine»]. Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/984_011 (date of access: 18.02.2023)
15. Ramkova uhoda mizh Uryadom Ukrainy ta Uryadom Turets'koyi Respubliki pro spivrobitnytstvo v sferi vysokoykh tekhnolohiy, aviatsiyinyi ta kosmichniy haluzyakh: Uhoda Kabinetu Ministriv Ukrainy; Turechchyna; Mizhnarodnyy dokument, Forma typovoho dokumenta, Dovidka, Zvit vid 03.02.2022 // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy». Verkhovna Rada Ukrainy [Database «Legislation of Ukraine»]. Verkhovna Rada of Ukraine. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/792_001-22 (date of access: 20.02.2023)
16. Pro innovatsiynu diyal'nist': Zakon Ukrainy vid 04.07.2002 № 40-IV // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy». Verkhovna Rada Ukrainy [Database «Legislation of Ukraine»]. Verkhovna Rada of Ukraine. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/40-15> (date of access: 17.02.2023)

17. Pro skhvalennya Stratehiyi rozvytku sfery innovatsiynoyi diyal'nosti na period do 2030 roku: Rozporyadzhennya Kabinetu Ministriv Ukrayiny; Stratehiya vid 10.07.2019 № 526-r // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrayiny». Verkhovna Rada Ukrayiny [Database «Legislation of Ukraine». Verkhovna Rada of Ukraine]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/526-2019-%D1%80> (date of access: 22.02.2023)

18. Pro vnesennya zmin do deyakykh zakoniv Ukrayiny shchodo stvorennya natsional'noho orhanu intelektual'noyi vlasnosti: Zakon Ukrayiny vid 16.06.2020 № 703-IX // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrayiny». Verkhovna Rada Ukrayiny [Database «Legislation of Ukraine». Verkhovna Rada of Ukraine]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/703-20> (date of access: 22.02.2023)

19. Deyaki pytannya Natsional'noho orhanu intelektual'noyi vlasnosti: Rozporyadzhennya Kabinetu Ministriv Ukrayiny vid 28.10.2022 № 943-r // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrayiny». Verkhovna Rada Ukrayiny [Database «Legislation of Ukraine». Verkhovna Rada of Ukraine]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/943-2022-%D1%80> (date of access: 22.02.2023)

20. Pro derzhavne rehulyuvannya diyal'nosti u sferi transferu tekhnolohiy: Zakon Ukrayiny vid 14.09.2006 № 143-V // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrayiny». Verkhovna Rada Ukrayiny [Database «Legislation of Ukraine». Verkhovna Rada of Ukraine]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/143-16> (date of access: 19.02.2023)

21. Informatsiyno-analitychna zapyska shchodo napryamiv vykorystannya koshtiv, oderzhanykh u rezul'tati transferu tekhnolohiy, stvorenykh za rakhunok koshtiv derzhavnoho byudzhetu u 2021 rotsi ta u period 2014–2021 rokiv. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/nauka/2022/Transefer.tekhnolohiy.2022/16.08.2022/Inf-analit.zapyska.napr.vykor.koshtiv.2014-2021-16.08.2022.pdf> (date of access: 22.02.2023)

Гуменна-Дерій Марія Василівна

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і оподаткування
Західноукраїнський національний університет*

Gumenna-Derii Mariia

*Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation
West Ukrainian National University*

ORCID: 0000-0003-0901-0080

Гуменний Петро Володимирович

*кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри спеціалізованих комп'ютерних систем
Західноукраїнський національний університет*

Gumenny Petro

*Candidate of Technical Science, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Specialized Computer Systems
West Ukrainian National University*

ORCID: 0000-0003-0982-3305

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8822

АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ У БУДІВНИЦТВІ

AUTOMATION OF ACCOUNTING OF FINANCIAL RESOURCES IN CONSTRUCTION

Анотація. У статті проаналізовано погляди вчених-економістів щодо проблемних питань автоматизації обліку в будівництві. До цих проблем віднесено: постійна зміна законодавчої бази; цінова політика на програмні продукти; функціональне наповнення; наявність значної кількості контрагентів; здійснення розрахунків через фінансових посередників; воєнні дії; неспроможність придбати дорогі програмні продукти тощо. Мета статті полягає у дослідженні умов щодо поліпшення шляхів ведення автоматизації фінансових ресурсів у будівництві. За даними Державної служби статистики України з'ясовано, що за останні п'ять років загальна площа житлових будівель на початок будівництва за видами (м² загальної площі) у 2022 році була найнижчою і становила 6668984 м², а це на 6045924 м² менше, ніж у 2021 році. Найвищого показника було досягнуто у 2019 році і він становив 14700707 м². Такі показники в значній мірі пов'язані із військовою агресією російської федерації проти України. У зв'язку з цим, рекомендовано будівельним підприємствам поступово відмовлятися від російських програмних продуктів і обирати українські чи іноземні програмні забезпечення. Досліджено найпопулярніші світові програмні забезпечення, які використовуються у будівельній галузі, зокрема: Jonas Premier construction software, CoConstruct, Fondation software, BuilderTrend, СМіС, Procore, RedTeam, QuickBoks for Construction, Sage 300 Construction and Real Estate, Construction Accounting by ComputerEase. Проведено огляд модулів програмного забезпечення для управління будівництвом і нерухомістю Sage 300, зокрема: «Сервісні операції», «Ділова видимість», «Управління документами», «Управління проектами», «Управління послугами», «Управління нерухомістю». Запропоновано у програмних забезпеченнях для будівельних підприємств виділяти окремим модулем «Управління фінансовими ресурсами» з метою поліпшення обліку та контролю за ними у майбутніх періодах. У даному модулі варто виділяти операції пов'язані із: надходженням і вибуттям грошових коштів; виникненням та погашенням дебіторської і кредиторської заборгованостей; управлінські звіти пов'язані із управлінням фінансовими ресурсами. Зроблено висновок, що вирішення проблемних питань житлового будівництва у значній мірі залежить від налагодженого обліку фінансових ресурсів, тому необхідно раціонально їх автоматизувати.

Ключові слова: автоматизація, програмні забезпечення, будівельні підприємства, фінансові ресурси, облік, контроль.

Summary. The views of economists regarding the problematic issues of accounting automation in construction has been analyzed. These problems include: constant change of the legislative framework; pricing policy for software products; functional filling; the presence of a significant number of counterparties; making payments through financial intermediaries; military actions; inability to purchase expensive software products, etc. The purpose of the article is to study the conditions for improving the ways of conducting automation of financial resources in construction. According to the State Statistics Service of Ukraine, it was found that over the past five years, the total area of residential buildings at the start of construction by type (m² of total area) in 2022 was the lowest and amounted to 6,668,984 m², which is 6,045,924 m² less than in 2021. The highest figure was reached in 2019 and was 14700707 m². These indicators are largely related to the military aggression of the Russian Federation against Ukraine. In this regard, it is recommended that construction enterprises gradually abandon Russian software products and choose Ukrainian or foreign software. The world's most popular software used in the construction industry was studied, including: Jonas Premier construction software, CoConstruct, Foundation software, BuilderTrend, СМИС, Procore, RedTeam, QuickBoks for Construction, Sage 300 Construction and Real Estate, Construction Accounting by ComputerEase. An overview of Sage 300 construction and property management software modules was conducted, including: Service Operations, Business Visibility, Document Management, Project Management, Service Management, and Property Management. It is proposed to allocate a separate module «Management of financial resources» in software for construction enterprises in order to improve accounting and control over them in future periods. In this module, it is worth highlighting operations related to: receipt and withdrawal of funds; emergence and repayment of receivables and payables; management reports are related to the management of financial resources. It was concluded that solving problematic issues of housing construction depends to a large extent on the established accounting of financial resources, therefore it is necessary to rationally automate them.

Key words: automation, software, construction enterprises, financial resources, accounting, control.

Постановка проблеми та її актуальність. Цікавим є той факт, що в умовах сучасності різні наукові напрямки переплітаються між собою. Нині важко собі уявити бухгалтера, котрий веде первинну і зведену документацію, формує та подає звітність виключно у ручній формі. А це означає, що бухгалтерський облік не може обійтись без комп'ютерних технологій. Звідси, ведення бухгалтерського обліку та формування фінансової звітності може здійснюватись трьома шляхами: ручним, автоматизованим, автоматичним. З трьох шляхів найживанішим є автоматизований, котрий поєднує в собі, як людський розум, так і застосування комп'ютерних технологій. З іншого боку, такий спосіб є найдорожчим адже передбачає оплату праці бухгалтера та оплату за придбання та обслуговування програмного забезпечення.

В зв'язку із російською агресією проти України, має постати питання щодо повної відмови українськими підприємствами від російського програмного забезпечення «1С: Бухгалтерія» та пошук альтернативних програмних продуктів. Особливо актуальною нині ж вивчення проблем автоматизації галузі житлового будівництва, яке сильно постраждало з моменту початку війни.

Крім цього, проблемними питаннями автоматизації обліку фінансових ресурсів у будівництві залишаються: постійна зміна законодавчої бази, що ускладнює автоматизований процес; цінова політика на програмні продукти; націоналізація програмних забезпечень; функціональне наповнення; наявність значної кількості контрагентів; здійснення розрахунків через фінансових посередників. Чимало із цих питань є невирішеними і потребують вдосконалення на практиці. Звідси, тема нашого дослідження актуальна.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вчені-економісти досліджували проблеми обліку та його автоматизації, ресурсний потенціал і перспективи розвитку будівельних підприємств, зокрема: Бенько М. М. [1], Ємельянова Ю. В. [2], Задорожний З.-М. В. [3], Муравський В. В. [3; 4], Павелко О. В. [5] та інші.

Проте тематика щодо вдосконалення автоматизації обліку фінансових ресурсів і надалі є актуальною, оскільки будівництво житла — одна із основних потреб суспільства.

Мета статті полягає в дослідженні умов з поліпшення шляхів ведення автоматизації обліку фінансових ресурсів у будівництві. Із визначеної мети виникають такі завдання, як: дослідити існуючі програмні продукти в Україні та світі; виявити причини не застосування якісних іноземних програмних продуктів будівельними підприємствами; запропонувати шляхи вдосконалення обліку фінансових ресурсів та їх практичного застосування.

Виклад основного матеріалу. Автоматизація обліку в будівництві супроводжується низкою питань. Перш за все, при виборі програмного забезпечення, варто звернути увагу на галузеве спрямування підприємства, далі визначити його розміри, орієнтовану суму прибутку, фінансові цілі, цінову політику щодо програмних продуктів, прив'язаність програмного забезпечення до нормативно-правових актів України.

На думку Бенько М. М., «незважаючи на позитивні сторони проведення автоматизації, вітчизняні суб'єкти господарювання стикаються із низкою критичних проблем, які стримують їх від переходу на автоматизований облік. До таких проблем відносять: низька кваліфікація бухгалтерського персоналу, значні фінансові витрати, пов'язані із

придбанням програми, необхідністю її доопрацювати із залученням спеціаліста з інформаційних технологій, а також потреба в постійному оновленні програми відповідно до змін податкового та облікового законодавства, низький ступінь захисту даних користувачів та важкість обрання програми, яка максимально задовольняла потреби окремого суб'єкта господарювання» [1, с. 102].

Українські вчені Муравський В.В. та Хома Н.Г. досліджують ризики. Вони вважають, що «при впровадженні інформаційної системи бухгалтерського обліку на підприємстві потрібно чітко виокремити та оцінити можливі ризики, пов'язані зі створенням принципово нових умов праці облікового апарату, змінами в організаційній структурі підприємства, впровадженні комп'ютерних інформаційних технологій, створенні нових відкритих для зовнішнього середовища комунікаційних каналів передачі інформації» [4, с. 190].

Погоджуємось із цими вченими, що управлінський персонал у складі бухгалтера має передбачити інформаційні ризики і брати участь у виборі програмного забезпечення бухгалтерського обліку та нести відповідальність за негативні наслідки використання програмних продуктів. З іншого боку, нині постало питання національної безпеки на макрорівні.

Нині суттєвою проблемою є потреба у відмові будівельних підприємств від програмного забезпечення «1С: Бухгалтерія». Цей програмний продукт є російським, а тому його використання в умовах повномасштабної війни має зупинитись. Для цього, в будівельних підприємств є три варіанти вибору: застосовувати безкоштовні програмні

продукти, за оптимальною ціною, дороговартісні. Звідси, дані з «1С: Бухгалтерія» можна перенести в інші програмні забезпечення.

Ще однією проблемою будівельних компаній України є те, що багато із них одержали збитки через війну. Тому придбання нових програмних продуктів вимагає додаткових грошових коштів.

Недарма вчені-економісти Павелко О., Лазаршина І., Духновська Л., Шарова С., Олійник Т., Доненко І. до факторів розвитку будівництва на макрорівні відносять: «політичні, ресурсні, виробничі, екологічні, споживчі, інфраструктурні та інвестиційні» [5, с. 7].

Звідси, будівельна галузь піддається впливу значній кількості факторів.

За даними Державної служби статистики України, за останніх п'ять років загальна площа житлових будівель на початок будівництва за видами становила у 2022 р. 6668984 м² і зменшилась порівняно з 2021 р. на 6045924 м² [6], тобто майже у двічі. Дані наведено без врахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях (рис. 1).

В зв'язку із цим, деякі компанії надали безкоштовний доступ до своїх програмних продуктів. Для прикладу, програмне забезпечення «BOOKKEEPER», що в час війни є безкоштовним. Такий програмний продукт забезпечує вирішення завдань обліку економічної діяльності українського бізнесу. Це стало можливим завдяки багатому й унікальному досвіду розробників, а також зворотньому зв'язку від клієнтів і тестувальників такого програмного забезпечення.

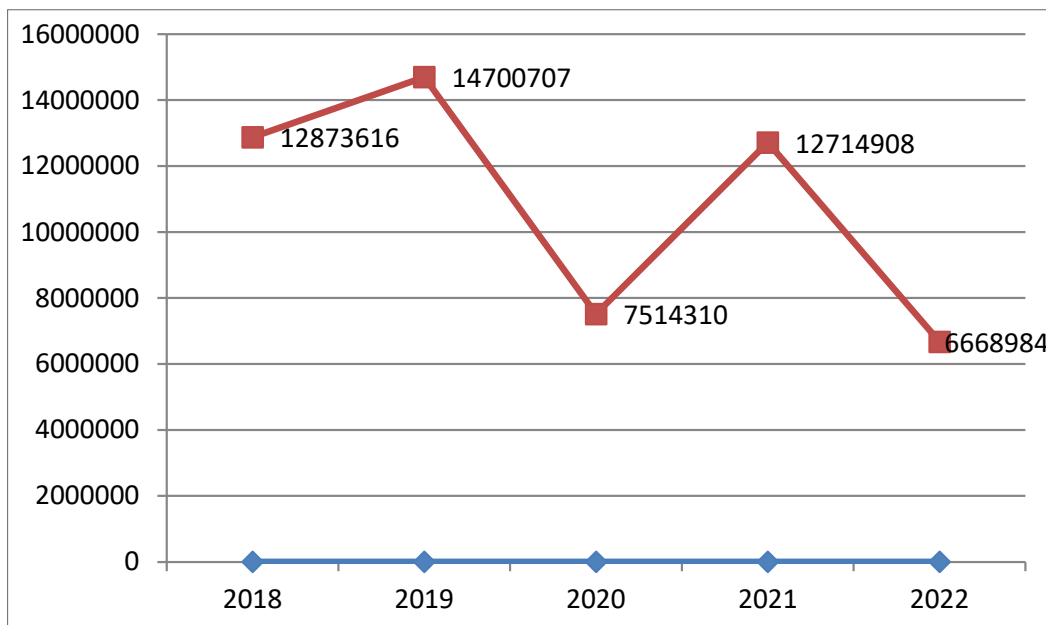


Рис. 1. Загальна площа житлових будівель на початок будівництва за видами у 2018–2022 роках (м² загальної площі)

Джерело: складено авторами за даними Державної служби статистики України [6]

В цьому програмному забезпеченні «можна скласти необхідні операції та розрахунки, вести оперативний облік торгівлі, сформувані регламентовані звіти і здати електронну звітність. Присутні операції обліку: продажі та придбання, запаси та виробництво, каса та банк, розрахунки по зарплаті і за договорами ЦПХ, необоротні активи, ЗЕД. При впровадженні інформаційної системи бухгалтерського обліку на підприємстві потрібно чітко виокремити й оцінити можливі ризики, пов'язані зі створенням принципово нових умов праці облікового апарату, змінами в організаційній структурі підприємства, впровадженні комп'ютерних інформаційних технологій, створенні нових відкритих для зовнішнього середовища комунікаційних каналів передачі інформації» [7].

Простою у застосуванні і відомою на українському ринку є програма Microsoft Excel. Нині є спеціальні навчальні онлайн програми щодо перенесення даних з «1С: Бухгалтерія» в «Microsoft Excel».

Крім цього, нині в Україні застосовують такі програмні забезпечення, як «BAS. Будівництво. Бухгалтерія» (8400 грн.), «BAS. Малий бізнес» (8400 грн.), «BAS. Будівництво. Управління фінансами» (13900 грн.). «Щодо фінансового обліку у цьому програмному забезпеченні присутні такі функції: планування руху коштів по підрозділах, проектах, номенклатурі, контрагентах; контроль заявок на використання коштів; моніторинг фактичної діяльності підприємства; аналіз різниці між плановими та фактичними даними» [8].

В цьому програмному забезпеченні досить добре прописаний управлінський облік, який є актуальним для конкурентоспроможності і фінансової забезпеченості підприємства.

Щодо програмного забезпечення з метою ведення обліку фінансових операцій через комерційні банки, сучасні підприємства використовують систему «Клієнт-банк».

Користування системою «Клієнт-банк», на думку Ємельянової Ю.В. та Циган Р.М., має такі переваги: 1) оперативність в управлінні грошовими коштами; 2) створення і редагування певних документів в оф-лайн режимі; 3) можливість використання однієї системи для управління рахунками кількох організацій; 4) зручність використання програми; 5) можливість проводити платежі зі свого поточного рахунку в банку, не відвідуючи його, а з офісу підприємства; 6) економія часу [2, с. 161].

Така система суттєво спрощує процес ведення обліку грошових коштів і розрахунків через комерційні банки.

Вчені-економісти Задорожний З.-М. В., Муравський В.В., Шевчук О.А. «запропонували розв'язання проблем управлінського обліку електронних грошей та криптовалют в Україні через об'єднання функціональних можливостей технології блокчейн, позитивних якостей комунікацій «Інтернет-банк»

і «Клієнт-банк», що дасть змогу створити гібридну систему безготівкових платежів криптовалютами, електронними грошима, коштами на рахунках в банку з вільною конвертацією наявних грошових засобів і можливостей інформаційного обміну з усіма учасниками розрахункових операцій» [3, с. 170].

Вважаємо, що ці вчені зробили цікаве дослідження і досить новітнє та практичне для застосування, адже якщо йдеться про фінансові ресурси, то організація їх обліку важлива не лише на рівні фінансового, але й управлінського обліку.

Якщо програмні комунікації «Інтернет-банк» та «Клієнт-банк» є суттєвими для співпраці з контрагентами, то дуже важливо їх поєднувати із основним програмним забезпеченням, які використовують будівельні підприємства. Такі програмні забезпечення можна поділити за вартістю (дорого-вартісні, середньої вартості, дешеві, безкоштовні); за галузевим призначенням (для будівельної галузі, сільського господарства, торгівлі, тощо); за популярністю (популярні та звичайні); за функціональністю (самостійні; такі що потребують залучення додаткових програмних продуктів); за перенесенням даних з однієї програми в іншу (співставні; неспівставні).

За оцінкою Форбс відібрано 10 програмних забезпечень з обліку функціональне призначення яких є добрим для використання будівельними підприємствами (табл. 1).

Найкраще організований облік фінансових ресурсів в програмних забезпеченнях «RedTeam» та «QuickVoks for Construction». Крім цього, програмне забезпечення «QuickVoks for Construction» має налагоджену систему управлінських звітів, а його вартість за обслуговування є найдешевшою серед озвучених вартостей програмних забезпечень, що входять в ТОП-10. Вважаємо, що даний продукт є добрим варіантом для застосування українськими компаніями.

Компанія Sage, що виступає одним із лідерів програмних забезпечень світу, представляє спеціальне програмне забезпечення для будівельних підприємств «Sage 300 Construction and Real Estate». Дане програмне забезпечення вирізняється з поміж інших тим, що має функцію щодо проведення контролю проектів на всіх рівнях завершеності. Наявність функції контролю є дуже важливою як для обліку за використанням фінансових ресурсів, так і для самих будівельних підприємств, адже процес спорудження житла є довготривалим та потребує залучення значної кількості грошових коштів.

«Це програмне забезпечення обрали 50 000 будівельних компаній, які використовують «Sage» для управління: понад 7 мільйонами субпідрядниками, 500 000 будівельними проектами і 600 000 орендованими об'єктами» [10].

Модулі даного програмного забезпечення відображені на рисунку 2.

В цьому програмному продукті виникає проблема детальнішого опису управління грошовими коштами і розрахунками, формування звіту про рух грошових коштів. В зв'язку з цим, вважаємо, що треба було б виділити ще один модуль, а саме — управління фінансовими ресурсами із фінансовими контрагентами. Такий модуль дав би змогу відстежити рух коштів, які надають індивідуальні замовники на придбання та спорудження житла, а також виявити юридичні порушення в разі невиконання попередньо підписаних договорів.

У цьому модулі також доцільно було б виділити підмодулі, що стосувались би дебіторської і кредиторської заборгованості та термінів її погашення. Відображення цієї інформації в одному модулі поліпшить аналіз та контроль за використанням

грошових коштів, а також дасть змогу здійснювати прогнози на майбутні фінансові періоди.

Висновки і пропозиції. Підсумовуючи викладене вище зазначимо, що автоматизовані програмні забезпечення вимагають від бухгалтера креативніших підходів і суворішої відповідальності. Адже юридичні аспекти та первинна документація в іноземних програмах потребують відповідного пристосування на національних особливостей України, тоді як в українських — вони уже прописані. Звідси, пропонуємо бухгалтерам будівельних підприємств виділяти фінансові ресурси окремим модулем з метою відстеження напрямків та інтенсивності руху документів, пов'язаних з грошовими коштами, виникненням та погашенням дебіторської і кредиторської заборгованості, своєчасністю

Таблиця 1

Найкращі програмні забезпечення для будівельних підприємств за оцінками Forbs Advisor

№ з/п	Назва програмного забезпечення	Оцінка Форбс за 5-ти бальною шкалою	Переваги	Недоліки
1.	Jonas Premier construction software	4,9	хороша підтримка клієнтів; прості робочі процеси; економія часу.	налаштування запасів може бути складним завданням; не володіє різними одиницями вимірювання.
2.	CoConstruct	4,6	високоточний інструмент оцінки; функція централізованого відстеження завдань; якісна підтримка клієнтів.	надмірно ускладнює прості завдання, для прикладу виставлення рахунків; немає централізованої інформаційної панелі.
3.	Fondation software	4,3	легке вивчення; позитивний досвід підтримки клієнтів; обчислення витрат інтегрується з GL.	наявні звіти обмежені; рівні платформ є надто громіздкими.
4.	BuilderTrend	4,3	хмарне програмне забезпечення для керування проектами; хороший інструмент управління взаємовідносин з клієнтами (CRM); якісне відстеження співробітників.	інколи надає хибні пропозиції; можуть виникати збої в системі.
5.	CMiC	4,2	надійна система планування ресурсів підприємства (ERP); легке налаштування; швидкий експорт даних.	навчальні документи є складними для вивчення програмного забезпечення; щорічна плата зростає.
6.	Procore	4,2	поєднує ділових партнерів; наявність функції динамічної аналітики; попередньо кваліфікує клієнтів.	складність в доєднанні нових членів команди; не підтримує всю необхідну інформацію.
7.	RedTeam	4,2	актуально для організації паперової документації; складні фінансові інструменти; якісне обслуговування клієнтів.	можуть виникати збої в системі; функції щодо оцінки інструментів та визначення ставок потребують вдосконалення.
8.	QuickBoks for Construction	4,1	легке відстеження грошових коштів; просте впровадження; якісно розроблені звіти для прийняття управлінських рішень.	обмежена підтримка; складність у виправленні помилок.
9.	Sage 300 Construction and Real Estate	4,1	простота у використанні; зручне й швидке ведення будівельних товарів; контроль проектів на всіх рівнях завершеності.	є потреба у вдосконаленні функцій щодо надійності звітності; недостатньо інструментів для ведення великого бізнесу.
10.	Construction Accounting by ComputerEase	3,9	велика кількість вбудованих звітів; забезпечується добрим обліком витрат; простий у використанні інтерфейс.	немає інтегрованого годинника; погана підтримка клієнтів

Джерело: за даними Forbs Advisor [9]

погашення довгострокової та короткострокової заборгованості.

Щодо перспективи розвитку автоматизації у будівельних підприємствах, то, передусім, треба повністю відмовитись від програмного продукту «1 С: Бухгалтерія» і перенести дані у інші програмні забезпечення. По-друге, вибір програмного забезпечення доцільно зробити, виходячи із розрізу прибутку будівельного підприємства та його функ-

ціональних потреб. По-третє, в самих програмних забезпеченнях варто прописати управлінський звіт про рух грошових коштів за прямим чи непрямим методами. По-четверте, перевагу доцільно надати тим програмним забезпеченням, що містять функції контролю за фінансовими ресурсами, адже для будівельної галузі це досить важливо через залучення значних сум грошових коштів.

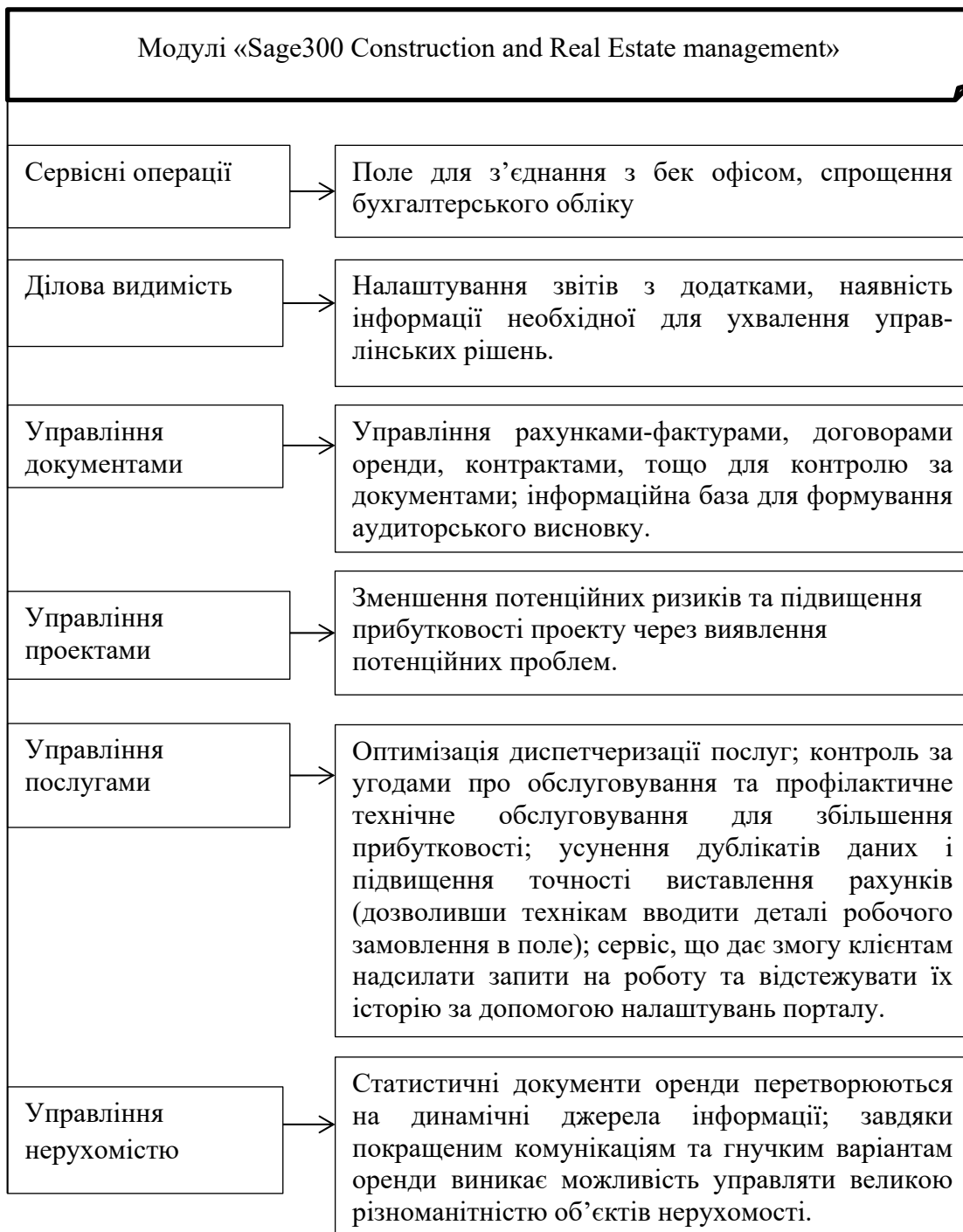


Рис. 2. Програмне забезпечення для управління будівництвом і нерухомістю «Sage 300 Construction and Real Estate management»

Джерело: за даними [10]

Література

1. Бенько М. М. Автоматизація бухгалтерського обліку в Україні: проблемні аспекти та ключові досягнення. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. 2021. Вип. 3. С. 91–104. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2021_3_9 (дата звернення: 25.04.2023)
2. Ємельянова Ю. В., Циган Р. М. Удосконалення організації обліку грошових коштів як складової монетарних активів. Молодий вчений. 2020. № 5 (2). С. 159–162. doi: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-5-81-34>
3. Zadorozhnyi Z-M. V., Muravskiy V. V., Shevchuk O. A. Management accounting of electronic transactions with the use of cryptocurrencies. Financial and credit activity problems of theory and practice, 3 (26), 2018. P. 169–177. doi: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v3i26.144368>
4. Муравський В. В., Хома Н. Г. Ризики автоматизації бухгалтерського обліку. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2015. № 1. С. 185–190. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ppou_2015_1_28 (дата звернення: 25.04.2023)
5. Pavelko O., Lazaryshyna I., Dukhnovska L., Sharova S., Oliinyk T., Donenko I. Construction development and its impact on the construction enterprises financial results. Studies of Applied Economics. 2021. Vol. 39 No. 3. doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v39i3.4719>
6. Державна служба статистика України. Офіційний сайт. URL: <https://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 24.04.2023)
7. BOOKKEEPER українська онлайн бухгалтерія. URL: https://bookkeeper.kiev.ua/?gclid=Cj0KCQjwrs2X-BhDjARIsAHVymmR8UTlIeaItUAV4EUZuDxkanBcGjLiDglGaf40PG0Bm8lxoFQqyIMwaAkJgEALw_wcB (дата звернення: 24.04.2023)
8. BAS. Будівництво. URL: <https://conto.com.ua/ua/products/produkti-bas-galuzevi/bas-budivnitstvo-bukhgalteriya/> (дата звернення: 26.04.2023)
9. Best Construction Accounting Software (2023). Forbs Advisor. URL: <https://www.forbes.com/advisor/business/software/best-construction-accounting-software/> (дата звернення: 25.04.2023)
10. Sage300 Construction and Real Estate management software. URL: <https://www.sage.com/en-us/products/sage-300-construction-and-real-estate/> (дата звернення: 26.04.2023)

References

1. Benko, M. M. (2021). Avtomatyzatsiia bukhgalterskoho obliku v Ukraini: problemni aspekty ta kliuchovi dosiahnennia [Accounting automation in Ukraine: problematic aspects and key challenges]. Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky — Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute. Economic sciences, 3, 91–104. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2021_3_9 (accessed April 25, 2023) [in Ukrainian].
2. Iemelianova, Yu. V., Tsyhan, R. M. (2020). Udoskonalennia orhanizatsii obliku hroshovykh koshtiv yak skladovoi monetarnykh aktyviv [Improvement of the organization of cash accounting as a component of monetary assets]. Molodyi vchenyi — A young scientist, 5 (2), 159–162. doi: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-5-81-34> [in Ukrainian].
3. Zadorozhnyi, Z-M. V., Muravskiy, V. V., Shevchuk, O. A. Management accounting of electronic transactions with the use of cryptocurrencies. Financial and credit activity problems of theory and practice, 3 (26), 169–177. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v3i26.144368> [in English].
4. Muravskiy, V. V., Khoma, N. H. (2015). Ryzyky avtomatyzatsii bukhgalterskoho obliku [Risks of accounting automation]. Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia — Problems and prospects of economics and management, 1, 185–190. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ppou_2015_1_28 (accessed April 25, 2023) [in Ukrainian].
5. Pavelko, O., Lazaryshyna, I., Dukhnovska, L., Sharova S., Oliinyk T., Donenko I. (2021). Construction development and its impact on the construction enterprises financial results. Studies of Applied Economics, Vol. 39 No. 3 (2021). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v39i3.4719> [in English].
6. Derzhavna sluzhba statystyka Ukrainy. Ofitsiynyi sait [State Statistics Service of Ukraine. Official site]. URL: <https://ukrstat.gov.ua/> (accessed April 24, 2023) [in Ukrainian].
7. BOOKKEEPER ukrainska onlain bukhhalteriiia [BOOKKEEPER Ukrainian online accounting]. URL: https://bookkeeper.kiev.ua/?gclid=Cj0KCQjwrs2X-BhDjARIsAHVymmR8UTlIeaItUAV4EUZuDxkanBcGjLiDglGaf40PG0Bm8lxoFQqyIMwaAkJgEALw_wcB (accessed April 24, 2023) [in Ukrainian].
8. BAS. Budivnytstvo [BASS. Construction]. URL: <https://conto.com.ua/ua/products/produkti-bas-galuzevi/bas-budivnitstvo-bukhgalteriya/> (accessed April 26, 2023) [in Ukrainian].
9. Best Construction Accounting Software (2023). Forbs Advisor. URL: <https://www.forbes.com/advisor/business/software/best-construction-accounting-software/> (accessed April 25, 2023) [in English].
10. Sage300 Construction and Real Estate management software. URL: <https://www.sage.com/en-us/products/sage-300-construction-and-real-estate/> (accessed April 26, 2023) [in English].

Назаренко Інна Миколаївна
*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри обліку і оподаткування
Сумський національний аграрний університет*

Nazarenko Inna
*Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor of the Department of Accounting and Taxation
Sumy National Agrarian University*
ORCID: 0000-0003-0874-199X

Кардашева Аліна Андріївна
*здобувач вищої освіти
Сумського національного аграрного університету*

Kardasheva Alina
*Student of the
Sumy National Agrarian University*
ORCID: 0009-0001-1421-5737

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8803

ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ СКЛАДАННЯ БАЛАНСУ ПІДПРИЄМСТВА ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ З УРАХУВАННЯМ ВПЛИВУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

THE ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE PREPARATION OF THE BALANCE-SHEET OF PUBLIC SECTOR ENTERPRISES IN ACCORDANCE WITH THE INFLUENCE OF DIGITIZATION

Анотація. Наукова стаття присвячена питанням пов'язаних з визначенням організаційно-методичних аспектів складання балансу підприємства державного сектору з урахуванням впливу цифровізації. Авторами проаналізовані нормативні документи у яких розкриті норми щодо складання та змісту досліджуваної форми фінансової звітності. Узагальнено структуру балансу підприємства державного сектору. В алгоритмічній послідовності візуалізовано процес складання бухгалтерського балансу з деталізацією переліку підготовчих робіт, які в обов'язковому порядку мають бути проведені на підприємствах / установах не залежно від форми власності. Узагальнено методика перевірки показників бухгалтерського балансу з аналогічними іншими показниками фінансової звітності. Обґрунтовано, що цифрове середовище здійснює вплив на елементи методу бухгалтерського обліку, при цьому, цифровізація не трансформує зміст самих методів, а змінює середовище та практику їх застосування. Цифровізація є технічним прийомом подачі облікової інформації, сучасним продовженням процесів механізації, автоматизації, діджиталізації облікових процесів, економічна суть яких полягає у збереженні логіки формування економічного сенсу узагальнених облікових показників. Цифровізація передбачає автоматизацію обліку, впровадження електронних даних, розширення засобів збирання та передачі даних через цифрові платформи.

У контексті розгляду впливу цифровізації як на систему управління, так і на систему бухгалтерського обліку авторами проаналізовані можливості застосування програмного забезпечення для організації бухгалтерського обліку та формування фінансової звітності суб'єктами державного сектору. Ідентифіковано переваги автоматизації бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності. Охарактеризовані типи загроз (програми вимагачі; шкідливе програмне забезпечення; соціальна інженерія; фішинг) та способи захисту інформації у сфері облікового забезпечення (організація контролю за створенням, зміною та видаленням даних у програмному забезпеченні; застосування пароля для входження у програмний продукт; невикористання підозрілих сайтів для оновлення програми; використання онлайн-сервісів, які забезпечать захист та оновлення програми; забезпечення захисту даних на знімних носіях).

Ключові слова: актив, баланс, бухгалтерський облік, пасив, цифровізація.

Summary. The scientific article is devoted to issues related to the determination of organizational and methodological aspects of the preparation of the balance-sheet of a public sector enterprise in accordance with the influence of digitization. The authors have analysed normative documents in which the norms regarding the preparation and content of the studied form of financial reporting are disclosed. The structure of the balance-sheet of a public sector enterprise is summarized. The process of the preparation of the balance-sheet is visualized in the algorithmic sequence, with a detailed list of preparatory works that must be carried out at enterprises/institutions regardless of the form of ownership. The method of checking the indicators of the accounting balance with other indicators of financial reporting is generalized. It is substantiated that the digital environment affects the elements of the accounting method, while digitization does not transform the content of the methods themselves, but changes the environment and practice of their application. The digitization is a technical method of submitting accounting information, a modern continuation of the processes of mechanization, automation, digitalization of accounting processes, the economic essence of which is to preserve the logic of forming the economic meaning of generalized accounting indicators. The digitization involves the automation of accounting, the introduction of electronic data, the expansion of means of data collection and transmission through digital platforms.

In the context of considering the influence of digitization on both the management system and the accounting system, the authors have analysed the possibilities of using software for the organization of accounting and the formation of financial reporting by public sector entities. The advantages of automation of accounting and preparation of financial statements have been identified. The types of threats (demanding money software; malicious software; social engineering; fishing) and the ways to protect information in the field of accounting are characterized (the organization of control over the creation, modification, and deletion of data in the software; the usage of a password to enter the software product; the non-use of suspicious sites for updating the programmes; the usage of the online services that provide protection and updating for the programmes; the data protection on removable media storages).

Key words: an asset, a balance-sheet, accounting, liability, digitization.

Постановка проблеми в загальному вигляді.

Бухгалтерський баланс — важливий інформаційний ресурс для різних категорій стейкхолдерів, оскільки дана форма фінансової звітності характеризує склад, структуру активів, розмір власного капіталу, зобов'язань та їх структурне співвідношення. Інформація форми 1-дс «Баланс» є базисом для оцінки майнового стану, ліквідності активів, платоспроможності підприємства. Враховуючи важливу функціональну місію балансу, доцільно зазначити, що до процесу його складання в практичній площині необхідно підходити відповідально, враховувати вимоги нормативних документів, постійно контролювати зміни законодавства та брати до уваги тенденції розвитку бухгалтерського обліку. Саме тому, особливої актуальності набуває питання дослідження організаційно-методичних аспектів складання форми 1-дс «Баланс» з урахуванням впливу цифровізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковий інтерес в контексті методики складання балансу, а також впливу цифровізації як на організацію бухгалтерського обліку, так і складання фінансової звітності відображено в публікаціях вітчизняних вчених, таких як: Гаркуша С. А. [2], Жадько К. С. [2], Іванченкова Л. В. [4], Лагодієнко Н. В. [4], Лукановська І. Р. [5], Плаксієнко В. Я. [2], Соколенко Л. Ф. [19], Сушко Н. І. [20] та ін.

Наукові праці зазначених вчених здійснили вагомий внесок у розвиток питань, пов'язаних з методикою формування показників форми 1-дс «Баланс» (в т.ч. з урахуванням впливу цифровізації), проте дана проблематика є актуальною для подальшої наукової аргументації.

Формулювання цілей статті. Метою статті є узагальнення організаційно-методичних аспектів складання форми 1-дс «Баланс» та аналіз функціональних можливостей спеціалізованих бухгалтерських програм для формування фінансової звітності.

Виклад основного матеріалу дослідження. За час свого історичного розвитку бухгалтерський баланс як елемент методу бухгалтерського обліку еволюціонував, змінивши при цьому свою глибинну сутність та обліково-економічне значення [4].

Методика складання балансу залежить від форми власності підприємства / установи, оскільки це впливає на формат та змістовне наповнення зазначеної форми фінансової звітності. Існує значна кількість наукових публікацій прикладного характеру щодо заповнення форми 1-дс «Баланс».

Модернізацію системи фінансової звітності виконання бюджетів розпочато із прийняттям відповідних документів, які передбачали реформування системи бухгалтерського обліку і звітності у державному секторі загалом [20].

Нормативно-правові документи державного рівня відіграють важливу роль у процесі розуміння методичного забезпечення ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності. Враховуючи наведене вище, вважаємо за доцільне проаналізувати відповідні групи нормативних документів, статті (норми) яких є актуальними для даного наукового дослідження.

Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» є основним нормативним документом, який визначає правові засади регулювання, організації, ведення бухгалтерського

обліку та складання фінансової звітності в Україні. Даним Законом (ст. 4), передбачені наступні ключові принципи бухгалтерського обліку та фінансової звітності: повне висвітлення, автономність, послідовність, безперервність, нарахування, превалювання сутності над формою, єдиний грошовий вимірник та ін. [17].

У Національних положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку державного сектору обґрунтовано формат ведення облікового процесу активів, зобов'язань та інших компонент, які відображаються у формі 1-дс «Баланс», характеристику яких узагальнено у таблиці 1.

Крім зазначених положень, актуальними для використання є інші нормативні документи, які регламентують різні питання, пов'язані зі складанням та поданням звітності суб'єктами державного сектору.

Організаційні питання щодо веденням бухгалтерського обліку активів (грошових коштів, дебіторської заборгованості) та зобов'язань, інформація про які акумулюється в формі 1-дс «Баланс», охарактеризовані в Порядку бухгалтерського обліку окремих активів та зобов'язань бюджетних установ [14].

Особливості розкриття інформації за статтями фінансової звітності розпорядниками бюджетних коштів та іншими суб'єктами державного сектору обґрунтовано Порядком заповнення форм фінансової звітності в державному секторі [15].

З метою вирішення питань щодо складу форм фінансової звітності, принципів її підготовки та подання в державному секторі Міністерством фінансів України затверджено НП(С)БО ДС 101 «Подання фінансової звітності». Зазначений нормативний документ обґрунтовує основні підходи щодо розробки облікової політики, принципів підготовки, визначає якісні характеристики фінансової звітності, а також склад та її елементи. У даному положенні в якості додатків представлено форми фінансової звітності.

Структурування активів та пасивів у формі 1-дс «Баланс» здійснюється наступним чином:

- 1) активи: нефінансові (основні засоби, інвестиційна нерухомість, нематеріальні активи, незавершені капітальні інвестиції, довгострокові біологічні активи, запаси, виробництво, поточні біологічні активи); фінансові (довгострокова дебіторська заборгованість, довгострокові фінансові інструменти, поточна дебіторська

Таблиця 1

Характеристика НП(С)БО ДС, положення яких є актуальними для складання форми 1-дс «Баланс»

Назва НП(С)БО ДС	Характеристика
НП(С)БО ДС 121 «Основні засоби»	Узагальнює інформацію щодо інтерпретаційного упорядкування термінів, які є актуальними в контексті даного нормативного документа. Деталізовані особливості визнання та первісної оцінки основних засобів в обліковому аспекті, а також особливості оцінки після первісного визнання та переоцінки досліджуваного виду активів та ключових аспектів нарахування амортизації на них. Також конкретизовано методологічні засади зменшення корисності основних засобів, особливостей процесу обліку, пов'язаного з вибуттям даних активів та розкриттям інформації про них у Примітках до фінансової звітності.
НП(С)БО ДС 129 «Інвестиційна нерухомість»	Обґрунтовує норми щодо розуміння ключових термінів, які є необхідними для чіткого інтерпретування зазначеного нормативного документа. Деталізовано ключові питання щодо визнання та оцінки інвестиційної нерухомості, переведення, виведення нерухомості зі складу інвестиційної. Також конкретизовано умови визнання інвестиційної нерухомості та відображення інформації про дану компоненту нефінансових активів у Примітках до річної фінансової звітності.
НП(С)БО ДС 122 «Нематеріальні активи»	Визначає загальні методологічні засади бухгалтерського обліку нематеріальних активів (в т.ч. незавершених капітальних інвестицій у зазначену компоненту нефінансових активів). Деталізовані аспекти щодо визнання, первісної оцінки, оцінки після первісного визнання, переоцінки, амортизації, зменшення корисності, вибуття та відображення інформації про нематеріальні активи у Примітках до річної фінансової звітності.
НП(С)БО ДС 123 «Запаси»	Конкретизує підходи щодо визнання, первісної оцінки та оцінки на дату балансу запасів, а також обґрунтовує методи оцінки запасів у процесі їх вибуття. Деталізовані особливості відображення інформації про балансову (облікову) вартість запасів у розрізі окремих класифікаційних груп, а також балансову вартість запасів, які відображені за чистою вартістю реалізації, відновлювальною вартістю та запасів, переданих у переробку, на комісію, в заставу.
НП(С)БО ДС 128 «Зобов'язання»	Деталізує інформацію щодо їх визнання, оцінки та розкриття інформації про них у Примітках до річної фінансової звітності.
НП(С)БО ДС 132 «Виплати працівникам»	Конкретизовані складові поточних та інших виплат працівникам, особливостей щодо визнання виплат при звільненні та розкритті інформації про зазначені виплати у Примітках до фінансової звітності.

Джерело: складено авторами з урахуванням матеріалів [8–13]

заборгованість (за розрахунками з бюджетом; за розрахунками за товари, роботи, послуги; за наданими кредитами; за виданими авансами; за розрахунками із соціального страхування; за внутрішніми розрахунками; інша поточна дебіторська заборгованість), поточні фінансові інвестиції, грошові кошти та їх еквіваленти розпорядників бюджетних коштів та державних цільових фондів, інші фінансові активи);

- 2) пасиви: власний капітал та фінансовий результат (внесений капітал, капітал у дооцінках, фінансовий результат, резерви, цільове фінансування); зобов'язання (довгострокові зобов'язання (за цінними паперами, за кредитами, інші довгострокові зобов'язання); поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями, поточні зобов'язання (за платежами до бюджету, за розрахунками за товари, роботи, послуги, за кредитами, за одержаними авансами, за розрахунками з оплати праці, за розрахунками із соціального страхування, за внутрішніми розрахунками, інші поточні зобов'язання); забезпечення; доходи майбутніх періодів.

Варто зазначити, що перед складанням річної фінансової звітності підприємства (в т.ч. суб'єкти державного сектору) повинні обов'язково прове-

сти інвентаризацію, порядок проведення якої визначено Положенням про інвентаризацію активів та зобов'язань. Результати інвентаризації мають бути відображені у документах інвентаризаційного процесу для бюджетних установ, типові форми яких затверджені Наказом Міністерства фінансів України «Про затвердження типових форм для відображення бюджетними установами результатів інвентаризації» [18].

Процес формування річної форми 1-дс «Баланс» доцільно розглядати в якості алгоритмічного виконання взаємопов'язаних етапів, які візуалізовано на рисунку 1.

Методичними рекомендаціями № 1170 визначено методичку перевірки порівнянності показників фінансової звітності суб'єктів державного сектору (таблиця 1).

Процес цифровізації здійснює домінуючий вплив на діяльність та розвиток підприємств в умовах сьогодення. Комплексного вирішення потребують питання, які пов'язані зі зміною філософії бізнесу, оскільки формат та процес організації діяльності підприємств суттєво трансформуються. Крім того, першорядного значення набуває питання модернізації організації бухгалтерського обліку. У даному контексті важливим моментом є удоско-

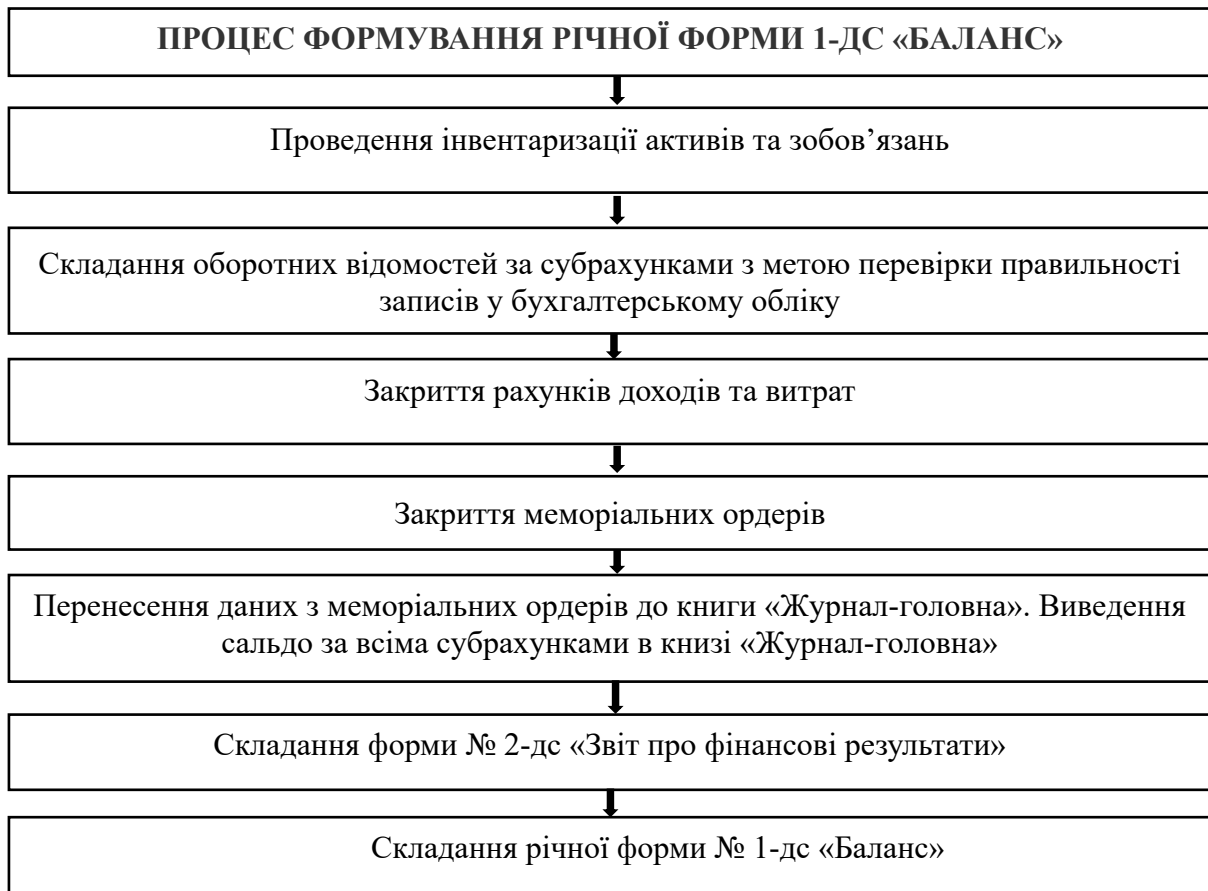


Рис. 1. Процес формування річної форми 1-дс «Баланс»
Джерело: складено авторами з урахуванням матеріалів [5]

налення системи матеріально-технічної підтримки функціонування бухгалтерського обліку; розширення інтерфейсів до зовнішніх систем; використання новітніх цифрових можливостей; використання інструментів цифрової візуалізації інформації (в т.ч. облікової); опанування працівниками підприємства (бухгалтерами) відповідних цифрових навиків [19].

Сьогодні очевидним є те, що цифрове середовище впливає на елементи методу бухгалтерського обліку. При цьому, цифровізація не трансформує зміст самих методів, а змінює середовище та практику їх застосування. До прикладу, вплив цифровізації на звітність, як елемент методу бухгалтерського обліку, виражається в тому, що актуальності набуває електронне звітування, фінансова звітність адаптується до цифрового середовища та ін. Цифровізація є технічним прийомом подачі облікової інформації, сучасним продовженням процесів механізації, автоматизації, діджиталізації облікових процесів, економічна суть яких полягає у збереженні логіки формування економічного сенсу узагальнених облікових показників. Цифровізація передбачає автоматизацію обліку, впровадження електронних даних, розширення засобів збирання та передачі даних через цифрові платформи.

У контексті розгляду впливу цифровізації як на систему управління, так і на систему бухгалтерського обліку доцільно проаналізувати можливості застосування програмного забезпечення для організації бухгалтерського обліку та формування фінансової звітності суб'єктами державного сектору.

Відповідно до ст. 8 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» підприємство самостійно обирає форму бухгалтерського обліку як певну систему реєстрів

обліку, порядку і способу реєстрації та узагальнення інформації в них з додержанням єдиних zasad, встановлених цим Законом, та з урахуванням особливостей своєї діяльності й технології обробки облікових даних [17].

На сьогодні існує значна кількість програм для технічного забезпечення електронної бухгалтерії. Проте, є певні обмеження щодо використання програмних продуктів, перелік яких затверджено Указом президента України «Про застосування та внесення змін до персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)».

Для автоматизації бухгалтерського обліку у бюджетних установах в умовах сьогодення найбільш популярним програмним забезпеченням є М.Е. Дос, Дебет Плюс, MASTER: Бухгалтерія, ISpro.

«М.Е. Дос» — програма, яка забезпечує створення форм фінансової, податкової та статистичної звітності бюджетними установами. Крім того, функціональні можливості даного спеціалізованого програмного забезпечення дозволяють використовувати всі форми та формати експорту (xls/xlsx, .pdf, .dbf, .xml тощо) для подачі звітності в Державну Казначейську службу, а також міністерства та відомства [16].

Конфігурація «Комплексний облік для бюджетних установ України» програми «Дебет Плюс» призначена для організації бухгалтерського, фінансового та кадрового обліку установами, організаціями, що перебувають на державному фінансуванні. Це програма для одержувачів коштів бюджету; для розпорядників та головних розпорядників коштів бюджету; для органів місцевого самоврядування; для інших бюджетних установ та організацій, що ведуть облік за планом рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі. Даний програмний

Таблиця 1

Методика перевірки порівнянності показників форми 1-дс «Баланс»

Показники, що порівнюються форми 1-дс «Баланс»	Порівнювальні показники
Рядок 1000, графи 3 і 4	Форма № 1-дс, рядок 1001 мінус рядок 1002, графи 3 і 4
Рядок 1010, графи 3 і 4	Форма № 1-дс, рядок 1011 мінус рядок 1012, графи 3 і 4
Рядок 1020, графи 3 і 4	Форма № 1-дс, рядок 1021 мінус рядок 1022, графи 3 і 4
Рядок 1040, графи 3 і 4	Форма № 1-дс, рядок 1041 мінус рядок 1042, графи 3 і 4, у разі якщо довгострокові біологічні активи оцінюються за первісною вартістю
Рядок 1095, графи 3 і 4	Форма № 1-дс, сума рядків 1000, 1010, 1020, 1030, 1040, 1050, 1060, 1090, графи 3 і 4
Рядок 1110, графи 3 і 4	Форма № 1-дс, сума рядків 1111 і 1112, графи 3 і 4
Рядок 1160 графи 3 і 4	Форма № 1-дс, сума рядків 1161–1164, графи 3 і 4
Рядок 1175 графи 3 і 4	Форма № 1-дс, сума рядків 1176–1177, графи 3 і 4
Рядок 1195, графи 3 і 4	Форма № 1-дс, сума рядків 1100, 1110, 1120, 1125, 1130, 1135, 1140, 1145, 1150, 1155, 1160, 1165, 1170, 1175, 1180, графи 3 і 4
Рядок 1300, графи 3 і 4	Форма № 1-дс, сума рядків 1095, 1195, 1200, графи 3 і 4
Рядок 1495, графи 3 і 4	Форма № 1-дс, сума рядків 1400–1450, графи 3 і 4
Рядок 1595, графи 3 і 4	Форма № 1-дс, сума рядків 1500–1575, графи 3 і 4
Рядок 1800, графи 3 і 4	Форма № 1-дс, сума рядків 1495, 1595, 1600, 1700, графи 3 і 4

Джерело: складено авторами з урахуванням матеріалу [7]

продукт в єдиному комплексі акумулює бухгалтерський, податковий та оперативний облік.

Формування фінансової звітності забезпечує підсистема «Зведення бухгалтерського балансу». Дана програма дозволяє в автоматизованому режимі здійснити закриття рахунків бухгалтерського обліку, але попередньо необхідне внесення всіх первинних документів до автоматизованої системи та формування кореспонденцій рахунків по них. Для перевірки правильності закриття рахунків потрібно скласти оборотний баланс. Алгоритм формування форми 1-дс «Баланс» передбачає наступну комбінацію дій: 1) налаштування балансу (Баланс → Звітний баланс → Налагодження → Включення рахунків до рядків); 2) розрахунок балансу (Баланс → Звітний баланс → Розрахунок) [1].

«MASTER: Бухгалтерія» — платформа для ведення бухгалтерського обліку, доступ до якої можливий у хмарному та стаціонарному режимах. Програмний продукт «Master: бюджетні установи» забезпечує ведення комплексного обліку бюджетних установ та складається з наступних модулів: планування та фінансування, банк, каса, необо-

ротні активи, послуги, склад, кадри, зарплата, податковий облік, операції (виставлення початкових залишків, бухгалтерські довідки, закриття рахунків наприкінці року та кварталу, закриття звітнього періоду), звіти (меморіальні ордери, журнал-головна, карти аналітичного обліку, фінансова та бюджетна звітність, звітність з ПДВ) [6].

«ISpro» — сучасне спеціалізоване програмне забезпечення, яке призначене для автоматизації бухгалтерського обліку в бюджетних установах. Дана програма має наступні системи: бухгалтерський та податковий облік; ведення договорів; облік грошових коштів; розрахунки з контрагентами; відносини з клієнтами; фінансове планування та аналіз; управління персоналом; облік основних засобів; облік автотранспорту та ін. Система «Бухгалтерський та податковий облік» забезпечує створення регламентованої звітності, передбаченої законодавством (в т.ч. форми 1-дс «Баланс») [3].

Автоматизована форма обліку має ряд переваг (чітка організація облікового процесу, оперативність формування форм фінансової звітності, мінімізація помилок у документах бухгалтерського обліку, мо-

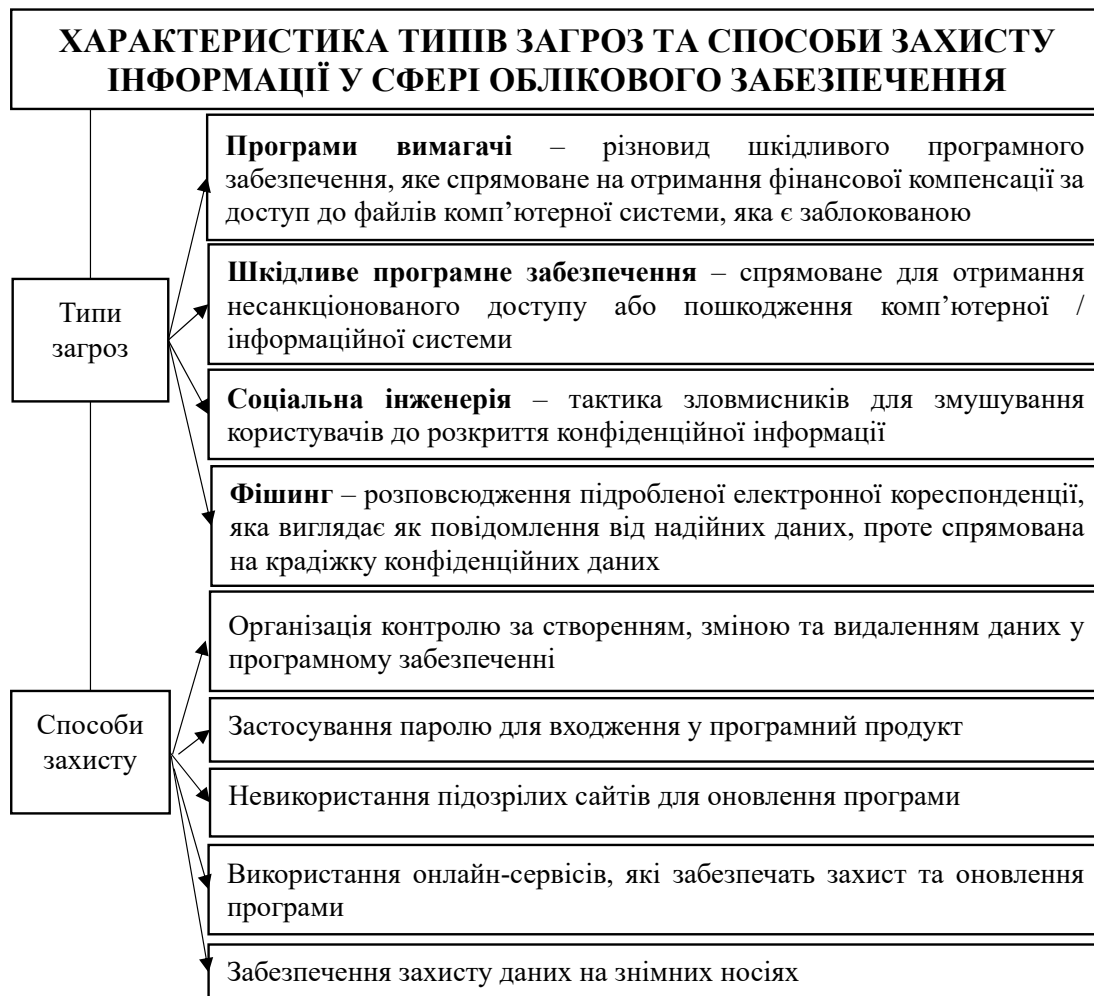


Рис. 2. Характеристика типів загроз та способи захисту інформації у сфері облікового забезпечення
Джерело: складено авторами з урахуванням матеріалу [2]

більність акумулювання облікової інформації у потрібному форматі та ін.). Проте, існують реальні типи зовнішніх загроз, які актуалізують необхідність у практичній діяльності імплементацію комплексу заходів, спрямованих на захист інформації та попередження шахрайства у сфері облікового забезпечення.

На рисунку 2 наведено характеристику типів загроз та способи захисту інформації у сфері облікового забезпечення.

Перераховані способи захисту зазначених типів загроз можна вважати одним з найефективніших способів захисту облікової інформації. Відповідно, кожен суб'єкт господарювання повинен розробити дієву систему захисту даних бухгалтерського обліку та імплементувати її в практичному аспекті.

Висновки та перспективи. Інформація форми 1-дс «Баланс» викликає інтерес у широкого кола

стейкхолдерів. Чинне законодавство на сьогодні достатньою мірою обґрунтовує методичні аспекти формування та відображення показників у зазначеній формі фінансової звітності підприємств державного сектору. В той же час, цифровізація здійснює вагомий вплив на систему бухгалтерського обліку. В контексті поточної ситуації на державному рівні доцільно запровадити дієві інструменти щодо розвитку сфери цифрових навичок, компетенцій, а на рівні підприємства (установи) забезпечити цифрові робочі місця, сприяти опануванню працівниками бухгалтерії спеціальних цифрових навичок. Відповідно, подальші наукові дослідження доцільно спрямувати на вивчення проблем та перспектив розвитку бухгалтерського обліку, формування та використання показників фінансової звітності в умовах цифровізації.

Література

1. ДЕБЕТ Плюс. URL: <https://debet.com.ua/uk> (дата звернення: 10.04.2023).
2. Електронна бухгалтерія: підручник для здобувачів вищої освіти / В.Я. Плаксієнко, І.М. Назаренко, К.С. Жадько, С.А. Гаркуша / За ред. В.Я. Плаксієнка. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 298 с.
3. Комплекс ISPro. URL: <https://ispro.ua/page/is-pro-system> (дата звернення: 10.04.2023).
4. Лагодієнко Н.В., Іванченкова Л.В., Скляр Л.Б., Іванченков В.С. Формат і зміст бухгалтерського балансу в сучасній обліково-економічній моделі. Вісник Хмельницького національного університету. 2021. № 2. С. 21–28.
5. Лукановська І.Р. Фінансова звітність бюджетних установ за новими правилами та стандартами. Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. 22. С. 209–212.
6. MASTER: Бухгалтерія. URL: <https://masterbuh.com> (дата звернення: 10.04.2023).
7. Методичні рекомендації з перевірки порівнянності показників фінансової звітності суб'єктів державного сектору: Наказ Міністерства фінансів України № 1170 від 28.12.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1170201-17#Text> (дата звернення: 11.04.2023).
8. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 121 «Основні засоби» (зі змінами): Наказ Міністерства фінансів України № 1202 від 12.10.2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1017-10#Text> (дата звернення: 11.04.2023).
9. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 122 «Нематеріальні активи» (зі змінами): Наказ Міністерства фінансів України № 1202 від 12.10.2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1018-10/paran4#n4> (дата звернення: 11.04.2023).
10. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 123 «Запаси» (зі змінами): Наказ Міністерства фінансів України № 1202 від 12.10.2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1019-10/paran4#n4> (дата звернення: 11.04.2023).
11. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 128 «Зобов'язання»: Наказ Міністерства фінансів України № 1629 від 24.12.2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0093-11/paran182#n182> (дата звернення: 11.04.2023).
12. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 129 «Інвестиційна нерухомість»: Наказ Міністерства фінансів України № 1629 від 24.12.2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0094-11#Text> (дата звернення: 11.04.2023).
13. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 132 «Виплати працівникам»: Наказ Міністерства фінансів України № 1798 від 29.12.2011. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0121-12#Text> (дата звернення: 11.04.2023).
14. Порядок бухгалтерського обліку окремих активів та зобов'язань бюджетних установ: Наказ Міністерства фінансів України № 372 від 02.04.2014. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0426-14#Text> (дата звернення: 11.04.2023).
15. Порядок заповнення форм фінансової звітності в державному секторі: Наказ Міністерства фінансів України № 307 від 28.02.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0384-17#Text> (дата звернення: 11.04.2023).
16. Посібник користувача «М.Е. Дос». Комп'ютерна програма «М.Е. Дос» модуль «Звітність». URL: https://medoc.ua/pdf/M_E_Doc_instr_NEW4.pdf (дата звернення: 11.04.2023).

17. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України № 996-XIV в редакції від 14.11.2020 р. URL: <http://surl.li/wpzc> (дата звернення: 11.04.2023).

18. Про затвердження типових форм для відображення бюджетними установами результатів інвентаризації: Наказ Міністерства фінансів № 572 від 17.06.2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0788-15#Text> (дата звернення: 11.04.2023).

19. Соколенко Л.Ф., Назаренко І.М. Цифровізація як вектор модернізації системи бухгалтерського обліку. Бухгалтерський облік як наука: від основ до наукової картини світу: колективна монографія / за заг. ред. В.Я. Плаксієнка. Київ: «Центр учбової літератури». 2021. С. 196–208.

20. Сушко Н.І. Фінансова звітність бюджетів: методичні підходи до формування балансу за національними стандартами. Економіка і суспільство. 2017. Вип. 11. С. 554–560.

References

1. DEBET Plius. URL: <https://debet.com.ua/uk> (date of access: 10.04.2023).
2. Elektronna bukhhalteriiia: pidruchnyk dlia zdobuvachiv vishchoi osvity / V. Ia. Plaksiienko, I.M. Nazarenko, K.S. Zhadko, S.A. Harkusha / Za red. V. Ya. Plaksiiienka. Kyiv: Tsentri uchbovoi literatury, 2021. 298 s.
3. Kompleks ISPPo. URL: <https://ispro.ua/page/is-pro-system> (date of access: 10.04.2023).
4. Lahodiienko N.V., Ivanchenkova L.V., Skliar L.B., Ivanchenkov V.S. Format i zmist bukhhalterskoho balansu v suchasni oblikovo-ekonomichnii modeli. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. 2021. № 2. S. 21–28.
5. Lukanovska I.R. Finansova zvitnist biudzhethnykh ustanov za novymy pravylamy ta standartamy. Prychornomorski ekonomichni studii. 2017. Vyp. 22. S. 209–212.
6. MASTER: Bukhhalteriiia. URL: <https://masterbuh.com> (date of access: 10.04.2023).
7. Metodychni rekomendatsii z perevirky porivniannosti pokaznykiv finansovoi zvitnosti subiektiv derzhavnoho sektoru: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy № 1170 vid 28.12.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1170201-17#Text> (date of access: 11.04.2023).
8. Natsionalne polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku v derzhavnomu sektori 121 «Osnovni zasoby» (zi zminamy): Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy № 1202 vid 12.10.2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1017-10#Text> (date of access: 11.04.2023).
9. Natsionalne polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku v derzhavnomu sektori 122 «Nematerialni aktyvy» (zi zminamy): Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy № 1202 vid 12.10.2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1018-10/paran4#n4> (date of access: 11.04.2023).
10. Natsionalne polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku v derzhavnomu sektori 123 «Zapasy» (zi zminamy): Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy № 1202 vid 12.10.2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1019-10/paran4#n4> (date of access: 11.04.2023).
11. Natsionalne polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku v derzhavnomu sektori 128 «Zoboviazannia»: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy № 1629 vid 24.12.2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0093-11/paran182#n182> (date of access: 11.04.2023).
12. Natsionalne polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku v derzhavnomu sektori 129 «Investytsiina nerukhomist»: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy № 1629 vid 24.12.2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0094-11#Text> (date of access: 11.04.2023).
13. Natsionalne polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku v derzhavnomu sektori 132 «Vyplaty prativnykam»: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy № 1798 vid 29.12.2011. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0121-12#Text> (date of access: 11.04.2023).
14. Poriadok bukhhalterskoho obliku okremykh aktyviv ta zoboviazan biudzhethnykh ustanov: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy № 372 vid 02.04.2014. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0426-14#Text> (date of access: 11.04.2023).
15. Poriadok zapovnennia form finansovoi zvitnosti v derzhavnomu sektori: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy № 307 vid 28.02.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0384-17#Text> (date of access: 11.04.2023).
16. Posibnyk korystuvacha «M.E. Doc». Kompiuterna prohrama «M.E. Doc» modul «Zvitnist». URL: https://medoc.ua/pdf/M_E_Doc_instr_NEW4.pdf (date of access: 10.04.2023).
17. Pro bukhhalterskyi oblik ta finansovu zvitnist v Ukraini: Zakon Ukrainy № 996-XIV v redaktsii vid 14.11.2020 r. URL: <http://surl.li/wpzc> (date of access: 11.04.2023).
18. Pro zatverdzhennia typovykh form dlia vidobrazhennia biudzhethnykh ustanovamy rezultativ inventaryzatsii: Nakaz Ministerstva finansiv № 572 vid 17.06.2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0788-15#Text> (date of access: 11.04.2023).
19. Sokolenko L.F., Nazarenko I.M. Tsyfrovizatsiia yak vektor modernizatsii systemy bukhhalterskoho obliku. Bukhhalterskyi oblik yak nauka: vid osnov do naukovo kartyny svitu: kolektyvna monohrafiia / za zah. red. V. Ia. Plaksiiienka. Kyiv: «Tsentri uchbovoi literatury», 2021. S. 196–208.
20. Sushko N.I. Finansova zvitnist biudzhethiv: metodychni pidkhody do formuvannia balansu za natsionalnymy standartamy. Ekonomika i suspilstvo. 2017. Vyp. 11. S. 554–560.

Новіков Вадим Вікторович

аспірант

Київського кооперативного інституту бізнесу і права

Novikov Vadym

Postgraduate Student of the

Kyiv Cooperative Institute of Business and Law

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8815

ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА ПІД ВПЛИВОМ ЗАЦІКАВЛЕНИХ СТОРІН

ФОРМИРОВАНИЕ УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ПОД ВЛИЯНИЕМ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН

FORMATION OF THE ACCOUNTING AND ANALYTICAL SYSTEM OF A SMALL ENTERPRISE UNDER THE STAKEHOLDERS INFLUENCE

Анотація. Стаття присвячена розкриттю впливу зацікавлених сторін на побудову систем бухгалтерського обліку і аналізу малого підприємства. Зацікавлені сторони були визначені на основі теорії стейкхолдерів. Під час роботи над статтею проаналізовано ряд праць українських та світових вчених, в яких розроблялася теорія стейкхолдерів. На основі аналізу літературних джерел встановлено, що мале підприємство взаємодіє із цілим рядом внутрішніх (власник, керівник, працівники) та зовнішніх стейкхолдерів (державна, постачальники, покупці, контекстуальні стейкхолдери). Визначені стейкхолдери були розподілені на групи внутрішніх стейкхолдерів, стейкхолдерів операційного оточення та стейкхолдерів глобального середовища. Найвагомий вплив на формування обліково-аналітичної системи чинить держава та постачальники. Орієнтуючись на державу мале підприємство схильне використовувати консервативну облікову політику: відображати покриття витрат доходами, використовувати історичну оцінку та прямолінійну амортизацію. При орієнтації на постачальників зазвичай використовується справедлива вартість, чиста вартість активів, прискорена амортизація. Також було формалізовано запити контекстуальних стейкхолдерів для задоволення їх інформаційних потреб і формування позитивного іміджу малого підприємства, що сприяє його стратегічному розвитку. Окремо розкриваються інформаційні запити групи внутрішніх стейкхолдерів, таких як керівництво та наймані працівники. Вибір ключових стейкхолдерів та формалізація запитів контекстуальних дозволили конкретизувати завдання бухгалтерського обліку і аналізу для кожного окремого малого підприємства. Виходячи із завдань обліку і аналізу обґрунтовано вибір облікової політики. На підставі визначення інформаційних інтересів ключових стейкхолдерів вироблені рекомендації для складання малим підприємством більш релевантної звітності. Окремо відзначено, що на даному етапі виникає проблема інформаційної асиметрії, яка полягає у необхідності поєднання розрізнених інтересів стейкхолдерів з одного боку, та забезпечення методологічної єдності звітних показників – з іншого, що може стати предметом подальших наукових досліджень.

Ключові слова: бухгалтерський облік, економічний аналіз, мале підприємство, теорія стейкхолдерів.

Аннотация. Статья посвящена раскрытию влияния заинтересованных сторон на построение систем бухгалтерского учета и анализа малого предприятия. Заинтересованные стороны были определены на основании теории стейкхолдеров. В ходе работы над статьей проанализирован ряд работ украинских и мировых ученых, в которых разрабатывалась теория стейкхолдеров. На основе анализа литературных источников установлено, что малое предприятие взаимодействует с рядом внутренних (владелец, руководитель, работники) и внешних стейкхолдеров (государство, поставщики, покупатели, контекстуальные стейкхолдеры). Определенные стейкхолдеры были разделены на группы внутренних стейкхолдеров, стейкхолдеров операционного окружения и стейкхолдеров глобальной среды. Самое важное влияние на

формирование учетно-аналитической системы оказывает государство и поставщики. Ориентируясь на государство, малое предприятие склонно использовать консервативную учетную политику: отражать покрытие расходов доходами, использовать историческую оценку и прямолинейную амортизацию. При ориентации на поставщиков традиционно употребляется справедливая цена, чистая реализационная цена активов, ускоренная амортизация. Также формализованы запросы контекстуальных стейкхолдеров для удовлетворения их информационных потребностей и формирования положительного имиджа малого предприятия, что способствует его стратегическому развитию. Отдельно раскрываются информационные запросы группы внутренних стейкхолдеров, таких как руководство и наемные работники. Выбор ключевых стейкхолдеров и формализация контекстных запросов позволили конкретизировать задачи бухгалтерского учета и анализа для каждого отдельного малого предприятия. Исходя из задач учета и анализа, обоснован выбор учетной политики. На основании определения информационных интересов ключевых стейкхолдеров выработаны рекомендации по составлению малым предприятием более релевантной отчетности. Отдельно отмечено, что на данном этапе возникает проблема информационной асимметрии, которая заключается в необходимости сочетания разрозненных интересов стейкхолдеров с одной стороны и обеспечения методологического единства отчетных показателей – с другой, что может стать предметом дальнейших научных исследований.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, экономический анализ, малое предприятие, теория стейкхолдеров.

Summary. The article is devoted to revealing the influence of interested parties on the formation of accounting and analysis systems of a small enterprise. Stakeholders were defined on stakeholder theory basis. During the work on the article, a number of works of Ukrainian and international scientists were analysed, in which the theory of stakeholders was developed. Based on the analysis of literary sources, it was established that a small enterprise interacts with a number of internal (owner, manager, employees) and external stakeholders (state, suppliers, buyers, contextual stakeholders). The identified stakeholders were divided into groups of internal stakeholders, stakeholders of the operational environment and stakeholders of the global environment. The state and suppliers exert the greatest influence on the formation of the accounting and analytical system. Focusing on the state, a small enterprise tends to use a conservative accounting policy: to reflect the coverage of expenses with revenues, to use historical valuation and straight-line depreciation. When targeting suppliers, fair value, net asset value, and accelerated depreciation are commonly used. The requests of contextual stakeholders were also formalized to satisfy their information needs and to form a positive image of the small enterprise, which contributes to its strategic development. Information requests from a group of internal stakeholders, such as management and employees, are disclosed separately. The selection of key stakeholders and the formalization of contextual requests made it possible to specify the tasks of accounting and analysis for each individual small enterprise. Based on the tasks of accounting and analysis, the choice of accounting policy is substantiated. Based on the definition of the informational interests of key stakeholders, recommendations for the preparation of more relevant reporting by a small enterprise were made. It was noted that at this stage the problem of information asymmetry arises, which consists in the need to combine the diverse interests of stakeholders on the one hand, and to ensure the methodological unity of the reporting indicators on the other, which can become the subject of further scientific research.

Key words: accounting, economic analysis, small enterprise, stakeholder theory.

Постановка завдання. Мале підприємство функціонує в системі соціально-економічних, екологічних і культурних зв'язків. Адекватність даній системі є головною умовою існування малого підприємства, його успішного розвитку та виживання в довгостроковій перспективі. Це ставить широкий ряд вимог до малого підприємства: відповідність продукції запитам ринку, відповідність результатів діяльності запитам власника, інвесторів, працівників, виконання вимог держави, задоволення інтересів суспільства тощо. Обліково-аналітична система малого підприємства відіграє ключову роль у взаємному порозумінні і погодженні дій усіх учасників господарської системи. Але для цього бухгалтерський облік та економічний аналіз повинні задовольняти потреби усіх зацікавлених сторін.

Проблемою задоволення інтересів зацікавлених користувачів в бухгалтерському обліку і аналізі займається теорія стейкхолдерів. Вона виступає центральним напрямом наукових досліджень у сучасній науці управління. Господарючі суб'єкти

провадять діяльність з метою досягнення своїх інтересів у взаємодії зі стейкхолдерами, створюючи систему взаємного впливу один на одного. Тому для досягнення визначених результатів, як на поточному, так і на стратегічному рівні, слід зважати на інтереси стейкхолдерів. Значна популярність цієї теорії пояснюється її широтою охоплення і розкриття взаємозв'язків підприємства з іншими суб'єктами та широтою інструментарію таких зв'язків. Згідно теорії стейкхолдерів орієнтація бізнес-процесів підприємства спрямовується на задоволення цільових груп стейкхолдерів, що розподіляються за інтересами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробці і розвитку даної теорії присвячені праці зарубіжних вчених Е. Фрімена [10], Дж. Харісона, К. Джона [11], Р. Мітчела [12]. Серед українських вчених теорію стейкхолдерів в бухгалтерському обліку і аналізі розвивали А.В. Бондар, Д.Л. Лозинський [1], Л.Ф. Соколенко [6], В.Ю. Халіна, О.А. Сироватський [7] та інші. У своїх працях вче-

ні розглядають сутність поняття «стейкхолдери» та їх зв'язків з підприємством. Л. Ф. Соколенко відмічає, що стейкхолдерів не можна позиціонувати лише як користувачів облікової інформації, як зазвичай їх розглядають у вітчизняних наукових дослідженнях. Категорія «стейкхолдерів» є значно ширшою, і розглядає інтереси економічних суб'єктів, зокрема, інформаційні, залежно від специфіки взаємодії із даним господарюючим суб'єктом [6]. Однак, поза увагою науковців залишилися питання впливу запитів стейкхолдерів на постановку завдань бухгалтерського обліку малого підприємства, його облікову політику та звітність.

Метою статті є розкриття впливу інформаційних інтересів стейкхолдерів на формування обліково-аналітичної системи малого підприємства.

Виклад основного матеріалу. Застосування теорії стейкхолдерів змінило бухгалтерських облік, зробивши його цільовим. Якщо класично облік відображав господарську дійсність, то тепер він орієнтується на запити стейкхолдерів і стає інститутом, який забезпечує взаємопов'язаність та керованість господарської системи. В Україні нині діє дві системи регламентації бухгалтерського обліку: національне законодавство та Міжнародні стандарти фінансової звітності.

Діючі Міжнародні стандарти фінансової звітності [9] орієнтуються, переважно, на інтереси інвесторів, кредиторів, орендодавців щодо прийняття рішення про надання ресурсів. Інтереси інших стейкхолдерів ігноруються або припускається, що вони такі ж, як і у згаданих. Таким чином, виникає необхідність розширення звітності для задоволення інтересів широкої аудиторії. Тому актуальним стає бухгалтерський облік для сталого розвитку і формування широкого діапазону нефінансової звітності компаній. Однак, ця вимога суперечить основній ідеї спрощення обліку і звітності для малих підприємств.

Бухгалтерський облік в Україні всеохоплююче регулюється широким рядом нормативно-правових актів, основними з яких є Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» [5], Податковий Кодекс України [4], Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку [3]. Вони орієнтують бухгалтерський облік на забезпечення інформаційних інтересів органів державної влади, у першу чергу, щодо оподаткування. Інтереси інших стейкхолдерів не враховуються. Такий дисбаланс веде до зниження ролі обліку в малих підприємствах і обмеженні його можливостей для забезпечення їх розвитку. Відбувається відокремлення обліку і управління, коли облік працює виключно на задоволення інтересів держави, а управління не отримує усієї необхідної повноти інформації і не може повною мірою використовувати інструменти бухгалтерського обліку, що знижує ефективність роботи і погіршує сталість розвитку малого підприємства.

Дослідження Б. Корнела і А. Шапіро [9] засвідчили, що вищий рівень поінформованості стейкхолдерів дозволяє значною мірою нейтралізувати вплив негативних подій на підприємстві. Д. Бургштелер та І. Дічев [8] довели, що високий рівень задоволення інформаційних запитів стейкхолдерів дозволяє мінімізувати транзакційні витрати. Обсяги реалізації підвищуються, коли споживачі продукції мають інформовану впевненість у задоволенні їх потреб. Постачальники та кредитори схильні пропонувати кращі умови підприємству, коли вони достатньою мірою інформовані про діяльність підприємства і його здатність розраховуватися за зобов'язаннями.

Для побудови такої спрощеної системи обліку, яка б гармонізувала усі розрізнені інтереси необхідно, для початку, встановити склад стейкхолдерів та їх запити до малого підприємства.

Е. Фрімен розглядає стейкхолдерів як складову корпоративної стратегії підприємств і визначає їх як осіб або групи, які пов'язані із підприємством відносинами взаємного впливу [10]. Класифікацію стейкхолдерів він проводить за критерієм належності до зовнішнього або внутрішнього середовища компанії. До зовнішніх стейкхолдерів вчений відносить державні органи, об'єднання споживачів, конкурентів, медіа, захисників природи, групи із особливими інтересами; до внутрішніх стейкхолдерів — власників, працівників, постачальників і споживачів.

У класифікації, запропонованій Дж. Харрісоном і К. Джоном [11], стейкхолдери поділяються за критерієм їх відношення до підприємства на групи глобального середовища, операційного оточення та внутрішнього середовища. Глобальне середовище діє на підприємство опосередковано, а підприємство не може на нього впливати або впливає частково, якщо це суспільно значущі компанії. Глобальне середовище складається із соціокультурних сил, технологічного укладу, глобальних економічних сил, глобальних політичних сил та глобальних юридичних сил. Операційне оточення підприємства формується суб'єктами і факторами, які безпосередньо впливають на підприємство, а саме підприємство не контролює та не управляє ними, однак, може впливати на них опосередковано. До операційного оточення належать органи державної влади, конкуренти, медіа, громади, об'єднання споживачів, захисників природи тощо. Вчені вважають, що підприємство має вживати заходів і будувати свою стратегію таким чином, щоб мінімізувати вплив операційного середовища. Внутрішнє середовище підприємства формується стейкхолдерами, пов'язаними з ним формальними зв'язками. Такі стейкхолдери прямо зацікавлені у діяльності та результатах роботи підприємства. До таких стейкхолдерів відносяться інвестори, кредитори, постачальники, покупці, керівництво, працівники.

Цікавою з точки зору бухгалтерського обліку і звітності є класифікація стейкхолдерів, запропонована М. Родрігесом та Дж. Рікартом [13]. Вони розрізняють три групи стейкхолдерів. До суттєвих відносяться ті, які забезпечують функціонування підприємства — інвестори, власники, стратегічні партнери. Група контрактних стейкхолдерів пов'язана із підприємством договірними зв'язками, наприклад, постачальники, підрядники, покупці, фінансові установи. Контекстуальні стейкхолдери формують функціональне середовище підприємства. Це, зокрема, державні органи, місцеві громади, природоохоронні та громадські об'єднання.

Серед класифікації стейкхолдерів вирізняється модель значущості стейкхолдерів, запропонована Р. Мітчелом [12]. Вона базується на використанні трьох критеріїв: *влади*, *законності* та *тривалості* впливу стейкхолдерів на підприємство.

Стейкхолдери, які відповідають *одному* із критеріїв будуть менш значущими для підприємства. Стейкхолдер, який має *владу* над підприємством, але його вимоги не обґрунтовані формально законом і не є тривалими визначається *бездіяльним*, тобто він не матиме значного впливу. Стейкхолдер, який пов'язаний з підприємством *формальними* зв'язками, але не має достатньо влади і часу для реалізації своїх вимог вважається *зацікавленим*. Стейкхолдер, який впливає на підприємство протягом тривалого часу, але не має влади і не пов'язаний із підприємством формально розглядається як *вимагаючий* стейкхолдер.

Стейкхолдери, яким властиві *два* із трьох визначених критеріїв матимуть значний вплив на підприємство, тому їх вимоги необхідно враховувати. Стейкхолдер, який має *владу* та *формальні* підстави впливати на підприємство є *домінуючим*. Стейкхолдер, вимоги якого є *законні* і реалізуються протягом *тривалого часу* є *залежним* від підприємства. Стейкхолдер, який має *владу* над підприємством і реалізує її *тривалий час* є для підприємства *небезпечним*. Стейкхолдер, який відповідає усім *трьом* критеріям вважається *ключовим* для підприємства, а його вплив є *вирішальним*. Його інтереси обов'язково враховуються в діяльності підприємства.

Таким чином, мале підприємство функціонує у середовищі, сформованому стейкхолдерами і провадить діяльність, взаємодіючи із ними. На основі розглянутих наукових праць і нормативних актів визначимо, які основні стейкхолдери впливають на процеси збору, обробки та розкриття облікової інформації малого підприємства.

Ключовим стейкхолдером для малих підприємств виступає *держава*, оскільки вона має *законні довготривалі* інтереси щодо діяльності підприємства і *владу* для реалізації своїх інтересів. Державу як стейкхолдера в обліку малих підприємств можна також розглядати як комплекс

економічних, соціальних і політичних сил, які впливають на вибір облікової політики малих підприємств, яка б задовольняла інтереси таких сил. При цьому органи державної влади, міжнародні інституції, суспільно-політичні організації прагнуть стандартизувати облікову політику, оскільки одноманітність полегшує макроекономічне регулювання. З іншого боку, малі підприємства зацікавлені у гнучких стандартах, які дозволяють краще пристосовуватися до економічних умов і ринкового середовища. Це породжує довгострокових конфлікт інформаційних інтересів держави і малого бізнесу. Серед основних інтересів держави, які впливають на облік, є інформація щодо дотримання законодавства, справляння податків, а також збір статистичних даних для провадження макроекономічного регулювання.

Суттєвими стейкхолдерами для малих підприємств виступають *постачальники, інвестори та фінансові установи*, які взаємодіють з малим підприємством на договірній основі. Даних стейкхолдерів можна поєднати в одну групу, оскільки вони мають схожі інформаційні інтереси, які полягають у підтверженні платоспроможності малого підприємства. Більш платоспроможним підприємствам вони схильні пропонувати кращі умови договору, надавати відстрочки, встановлювати довгострокову співпрацю із формуванням стабільних економічних ланцюжків. Основні показники для розкриття — доходи та їх джерела, грошові потоки підприємства, його фінансова стійкість, платоспроможність та інші аналітичні показники. Такі стейкхолдери зацікавлені в прозорості облікової політики, контрольованості та керованості малого підприємства.

За допомогою теорії стейкхолдерів можна пояснити вибір малим підприємством облікової політики, зокрема, порядку відображення витрат і доходів. Мале підприємство обмінюється звітною обліковою інформацією, переважно, із згаданими вище двома групами стейкхолдерів: державою і постачальниками, інвесторами, фінансовими установами. Підприємства, які орієнтуються на державу, обирають більш консервативну облікову політику, яка відображає покриття витрат доходами. Підприємства, які орієнтовані на інвесторів, фінансові установи та постачальників схильні використовувати в обліковій політиці оцінку за справедливою вартістю, визначати чисту реалізаційну вартість активів, нараховувати прискорену амортизацію активів тощо.

Домінуючим стейкхолдером для малих підприємств будуть виступати *покупці і замовники*. Важливим показником для цієї групи є ціна товарів. Окремим покупцям можуть надаватися знижки, розстрочки, залежно від організаційно-правової форми малого підприємства і обраного податкового режиму до ціни можуть включатися непрямі

податки. Розкриття інформації про ціноутворення у цій частині сприяє прозорості роботи і кращому взаєморозумінню із покупцями. Разом із тим, наукові дослідження [8] свідчать, що покупці готові сплачувати додаткові премії, якщо вони впевнені, що підприємство виконає надані їм гарантії. Нецінові показники значно впливають на роботу із покупцями. Інформація про високу якість товару, надані гарантії та можливість їх виконання, сервісне обслуговування, відповідність запитам споживачів робить прозорою роботу підприємства для покупців, дозволяє встановлювати стійкі зв'язки і отримувати додаткові премії до ціни.

Група внутрішніх стейкхолдерів традиційно включає *власників, керівництво і працівників підприємства*. В мікропідприємствах, зазвичай, усі ці ролі виконує одна людина. В малих під-

приємствах, найчастіше, власник виконує роль керівника, згідно даних статистики використовується наймана праця, може призначатися адміністративний персонал. Для керівництва важливо налаштувати облік таким чином, щоб інформація формувала чітке уявлення про стан підприємства, була зручною для аналізу і виступала надійною підставою для управлінських рішень. У першу чергу, це інформація про доходи, витрати та наявні ресурси, їх структуру і якість. По-друге, інформація про контрактні зобов'язання і їх структуру, стабільність зв'язків з контрагентами. Інформаційні інтереси найманих працівників стосуються завдань і ризиків роботи, рівня заробітної плати і соціальних гарантій, умов роботи, навчання і підвищення кваліфікації, подальших перспектив розвитку і впевненості у збереженні робочого місця.



Рис. 1. Інформаційні інтереси стейкхолдерів малого підприємства
Джерело: складено автором на основі [10; 11; 13]

На роботу малого підприємства можуть впливати контекстуальні стейкхолдери. Це, зокрема, територіальні громади, ЗМІ, соцмережі, громадські і природоохоронні організації. Складність роботи із цією групою полягає в тому, що їх вплив недостатньо очевидний, нерегламентований, а інформаційні запити розрізнені, багатопланові і розпливчасті. Щодо розвитку підприємства вплив таких стейкхолдерів може бути сприятливим або гальмуючим, а у стратегічній перспективі — мати вирішальне значення, адже саме серед них знаходяться потенційні покупці, інвестори, кредиторі, постачальники тощо. Тому важливо дбати про формування позитивного образу підприємства у ЗМІ і соцмережах, використовуючи їх для реклами, просування своєї продукції. Для територіальних громад, громадських і природоохоронних організацій важлива соціальна та екологічна відповідальність підприємства. Такі запити розкриваються як фінансовими показниками, так і нефінансовою інформацією. Серед фінансових показників відображаються суми сплачених на користь територіальної громади податків, благодійні платежі і проекти, соціальне забезпечення працівників, підтримка, надана соціальним установам (садочкам, школам, лікарням тощо), витрати на екологічну безпеку виробництва та готової продукції, а також інші показники, які свідчать про участь підприємства у громадському житті та екологічній діяльності.

Як бачимо, малі підприємства функціонують у складній системі взаємозв'язків зі значним колом різних стейкхолдерів. Під час організації своєї обліково-інформаційної системи підприємство має вирішити два протилежних завдання: задовольняти інформаційні запити різних стейкхолдерів з одного боку і забезпечити послідовність облікової політики та методологічну єдність звітності за обліковими показниками з іншого боку. Для вирішення цього завдання зазвичай обирається ключовий стейкхолдер, під запити якого формується облікова політика і звітність підприємства, а інформаційні запити інших стейкхолдерів підлаштовуються під облікову політику або ігноруються як несуттєві. Як ми відмічали вище, ключовим стейкхолдером малі підприємства зазвичай обирають державні органи влади. Такий підхід має свої переваги щодо простоти та методологічної єдності показників, але може негативно впливати на взаємодію малих підприємств з іншими стейкхолдерами і заважати його розвитку, про що ми відмічали вище.

Для узагальнення сформованих нами положень щодо стейкхолдерів малих підприємств і їх інформаційних запитів візуалізуємо їх у вигляді схеми на рис. 1.

Використання в бухгалтерському обліку підходу, орієнтованого на стейкхолдерів надає ряд переваг, зокрема, вищий рівень відповідності і якості облікової інформації та управління доходами. Доцільним буде вибір облікової політики, яка сприяє довготривалому зростанню доходів у частині нарахування амортизації та оцінки запасів. Орієнтація на стейкхолдерів мотивує підприємство підвищити прозорість і зрозумілість фінансової звітності, яка б відповідала широкому ряду інформаційних запитів. Це дозволяє знижувати транзакційні витрати, управляти запитами стейкхолдерів, зменшувати інформаційну асиметрію, обґрунтовувати витрати, спрямовані на підтримку репутації. Тому завдання обліку, облікові показники для розкриття, звітність і комунікація повинні орієнтуватися на стейкхолдерів.

Висновки. Підсумовуючи проведене дослідження констатуємо, що застосування теорії стейкхолдерів в формуванні обліку і аналізу малих підприємств надає ряд переваг.

1. Завдяки теорії стейкхолдерів можна обґрунтовано встановити коло зацікавлених сторін, які взаємодіють із малим підприємством, визначити їх інформаційні інтереси, оцінити вплив на мале підприємство. Виходячи цього визначаються ключові стейкхолдери, вплив яких є вирішальним. Саме на роботу із ними і задоволення їх інформаційних запитів має спрямовуватися основна увага малого підприємства.

2. Вибір ключових стейкхолдерів та формалізація запитів контекстуальних дозволяє конкретизувати завдання бухгалтерського обліку і аналізу для кожного окремого малого підприємства. Виходячи із завдань обліку і аналізу обґрунтовується вибір облікової політики.

3. На підставі визначення інформаційних інтересів ключових стейкхолдерів мале підприємство може скласти більш релевантну звітність. Однак на цьому етапі виникає проблема інформаційної асиметрії, необхідності поєднання розрізнених інтересів стейкхолдерів з одного боку, та забезпечення методологічної єдності звітних показників — з іншого. Тут виникає широке поле для диверсифікації звітності, а також каналів її передачі зацікавленим сторонам.

Література

1. Корпоративна соціально-екологічна відповідальність та партнерство стейкхолдерів задля сталого розвитку: монографія / за заг. ред. І.О. Макаренко. Суми: СумДУ, 2020. 260 с.
2. Міжнародний стандарт фінансової звітності для малих та середніх підприємств: затверджений Радою з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку у 2009 р. зі змінами від 2015 р. URL: https://mof.gov.ua/uk/307-international_financial_reporting_standards_archive (дата звернення 04.04.2023).

3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Спрощена фінансова звітність»: затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 25.02.2000 № 39 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00#Text> (дата звернення 08.04.2023).
4. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення 02.04.2023).
5. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення 06.04.2023).
6. Соколенко Л. Ф. Вектори комунікації керуючої компанії в сфері ЖКГ зі стейкхолдерами. Сучасні технології комерційної діяльності і логістики: зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. Київ: КНЕУ, 2020. С. 156–158.
7. Халіна В. Ю., Сироватський О. А. Транспарентність діяльності будівельного підприємства як детермінант довіри стейкхолдерів. Економічний простір. 2020. № 156. С. 166–170.
8. Burgstahler D., Dichev I. Earnings management to avoid earnings decreases and losses. *Journal of Accounting and Economics*. 1997. Vol. 24. Issue 1. P. 99–126.
9. Cornell B., Shapiro A. Corporate Stakeholders and Corporate Finance. *Financial Management*. 1987. № 16. P. 5–14.
10. Freeman E., Harrison J., Wicks A., Parmar B., De Colle S. *Stakeholder Theory: the State of Art*. New York: Cambridge University Press, 2010. 362 p.
11. Harrison J.S., John C.H. St. Managing and partnering with external stakeholders. *Academy of Management Perspectives*. 1996. Vol. 10. No. 2. P. 97–106.
12. Mitchell R.K., Lee J.H. Stakeholder identification and its importance in the value creating system of stakeholder work. *The Cambridge handbook of stakeholder theory*, 2019. 1. P. 53–73.
13. Rodriguez M.A., Ricart J.E., Sanchez P. Sustainable development and the sustainability of competitive advantage: A dynamic and sustainable view of the firm. *Creativity and innovation management*. 2002. 11(3). P. 135–146.

References

1. Korporatyvna sotsialno-ekolohichna vidpovidalnist ta partnerstvo steykkholderiv zadlya staloho rozvytku [Corporate social and environmental responsibility and partnership of stakeholders for sustainable development]: monograph / by General ed. I.O. Makarenko. Sumy: Sumy State University, 2020. 260 p.
2. Mizhnarodnyy standart finansovoyi zvitnosti dlya malykh ta serednikh pidpryyemstv [International financial reporting standard for small and medium-sized enterprises]: approved by the International Accounting Standards Board in 2009 with changes from 2015. URL: https://mof.gov.ua/uk/307-international_financial_reporting_standards_archive (date of access 04.04.2023).
3. Natsionalne polozhennya (standart) bukhgalterskoho obliku 25 «Sproshchena finansova zvitnist» [National regulation (standard) of accounting 25 «Simplified financial reporting»]: approved by Order of the Ministry of Finance of Ukraine dated February 25, 2000 No. 39. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00#Text> (date of access 04/08/2023).
4. Podatkovyy kodeks Ukrayiny [Tax Code of Ukraine] dated 02.12.2010 No. 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (date of access 02.04.2023).
5. Pro bukhgaltersky oblik ta finansovu zvitnist v Ukrayini [On accounting and financial reporting in Ukraine]: Law of Ukraine dated July 16, 1999 No. 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (date of access 04/06/2023).
6. Sokolenko L.F. Vektory komunikatsiyi keruyuchoyi kompaniyi v sferi ZHKH zi steykkholderamy [Vectors of the management company's communication in the field of housing and communal services with stakeholders]. *Modern technologies of commercial activity and logistics: coll. materials of the International Scientific and Practical Conference*. Kyiv: KNEU, 2020. P. 156–158.
7. Halina V. Yu., Sirovatskyi O. A. Transparentnist diyalnosti budivelnogo pidpryyemstva yak determinant doviry steykkholderiv [Transparency of construction enterprise activity as a determinant of stakeholder trust]. *Economic space*. 2020. No. 156. P. 166–170.
8. Burgstahler D., Dichev I. Earnings management to avoid earnings decreases and losses. *Journal of Accounting and Economics*. 1997. Vol. 24. Issue 1. P. 99–126.
9. Cornell B., Shapiro A. Corporate Stakeholders and Corporate Finance. *Financial Management*. 1987. № 16. P. 5–14.
10. Freeman E., Harrison J., Wicks A., Parmar B., De Colle S. *Stakeholder Theory: the State of Art*. New York: Cambridge University Press, 2010. 362 p.
11. Harrison J.S., John C.H. St. Managing and partnering with external stakeholders. *Academy of Management Perspectives*. 1996. Vol. 10. No. 2. P. 97–106.
12. Mitchell R.K., Lee J.H. Stakeholder identification and its importance in the value creating system of stakeholder work. *The Cambridge handbook of stakeholder theory*. 2019. 1. P. 53–73.
13. Rodriguez M.A., Ricart J.E., Sanchez P. Sustainable development and the sustainability of competitive advantage: A dynamic and sustainable view of the firm. *Creativity and innovation management*. 2002. 11(3). P. 135–146.

Прокопенко Ірина Адольфівна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фіскального адміністрування
Державний податковий університет

Prokopenko Iryna
PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Fiscal Administration
State Tax University
ORCID: 0000-0003-1606-6816

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8820

ПОДАТКОВА КУЛЬТУРА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ

TAX CULTURE AND ITS IMPACT ON INCREASING TAX REVENUES

Анотація. У статті автором розглянуто проблеми, пов'язані з низьким рівнем податкової культури та податкової дисципліни в Україні. Визначено залежність стану податкової культури від гії ряду чинників: етнонаціональних особливостей сприймання загальнолюдських цінностей; історично обумовлених національних традицій сплати податків та устрою податкової системи; умов соціального та інтелектуального розвитку громадян; характеру взаємодії між платниками податків та податковими органами. Визначено, що рівень податкової культури є важливим фактором функціонування податкової системи будь-якої держави. Зазначено, що до найбільш вагомих факторів низького рівня культури сплати податків в Україні належать: постійні зміни та складне для розуміння платниками податків податкове законодавство; низький рівень довіри платників податків до податкової служби та органів виконавчої влади, наявність тіньового сектора економіки держави тощо. Проведено аналіз змін та доповнень до Податкового кодексу України протягом 2011–2023 років. Встановлено, що у зв'язку із постійними змінами податкового законодавства та реформуванням системи оподаткування виникає необхідність роз'яснення складних питань для виконання платниками податків своїх податкових зобов'язань та підвищення податкової грамотності. Проаналізовано досвід європейських держав щодо підвищення рівня взаємовигідних відносин між платниками податків та податковими органами та встановлено, що процес формування податкової культури на всіх етапах розвитку та функціонування держави і суспільства відбувається у постійній підтримці рівноваги інтересів держави та платників податків. З'ясовано, що в більшості європейських країн приділяється значна увага інформаційно-консультаційній роботі з платниками податків як з боку органів державної влади так і незалежними професіоналами – податковими консультантами. Вказано на необхідність розвитку інституту податкового консультування в Україні для підвищення рівня податкової дисципліни та належного виконання платниками податків своїх податкових зобов'язань. Виявлено взаємозв'язок між рівнем розвитку податкової культури платників податків та масштабами тіньової економіки. Встановлено, що високий рівень податкової дисципліни і культури сплати податків призводить до зменшення рівня тіньової економіки. Визначено подальші напрямки підвищення рівня культури сплати податків в Україні та покращення взаємовідносин з податковими органами, що буде сприяти розвитку економіки України в цілому.

Ключові слова: податкова культура, податкова грамотність, податкова дисципліна, податкові відносини, тіньова економіка.

Summary. In this article, the author examines the problems associated with the low level of tax culture and tax discipline in Ukraine. The author identifies the dependence of the tax culture on a number of factors: ethno-national peculiarities of perception of universal human values; historically determined national traditions of tax payment and tax system structure; conditions of social and intellectual development of citizens; and the nature of interaction between taxpayers and tax authorities. The author determines that the level of tax culture is an important factor in the functioning of the tax system of any State. It is noted that the most significant factors of the low level of tax culture in Ukraine include: constant changes and tax legislation which is difficult for taxpayers to understand; low level of taxpayers' trust in the tax service and executive authorities, the existence of the shadow sector of the State's economy, etc. The author analyzes the amendments and additions to the Tax Code of Ukraine

in 2011–2023. It is established that due to the constant changes in tax legislation and the reform of the taxation system, there is a need to clarify complex issues for taxpayers to fulfill their tax obligations and improve tax literacy. The author analyzes the experience of European countries in enhancing the level of mutually beneficial relations between taxpayers and tax authorities and establishes that the process of formation of tax culture at all stages of development and functioning of the State and society is based on constant maintenance of the balance of interests of the State and taxpayers. It is found that in most European countries, considerable attention is paid to information and advisory work with taxpayers both by public authorities and independent professionals – tax consultants. The author emphasizes the need to develop the institute of tax consulting in Ukraine in order to increase the level of tax discipline and proper fulfillment of taxpayers' tax obligations. The correlation between the level of development of taxpayers' tax culture and the scale of the shadow economy is revealed. It is established that a high level of tax discipline and tax payment culture leads to a decrease in the level of the shadow economy. Further directions for improving the level of tax culture in Ukraine and improving relations with tax authorities are identified, which will contribute to the development of the Ukrainian economy as a whole.

Key words: tax culture, tax literacy, tax discipline, tax relations, shadow economy.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку податкових відносин особливого значення набуває забезпечення належного рівня податкової дисципліни та податкової культури. При цьому, з одного боку, держава має культивувати шанобливе ставлення до своїх громадян, які сплачуючи податки та збори, створюють фінансово-економічну могутність держави, а з іншого, — уряд повинен підвищувати відповідальність платників податків щодо виконання ними податкових зобов'язань. В Україні податкова система, не дивлячись на її постійне реформування, є складною для розуміння та виконання податкових зобов'язань платниками податків. Ситуація ускладнюється війною, яку розв'язала проти України країна-агресор Росія. Система оподаткування потребує адаптації до умов війни та гнучкості й також зазнає змін. Проте ще й до початку війни податкова культура, податкова грамотність та податкова дисципліна в Україні знаходились на низькому рівні. А оцінка суспільством діяльності працівників податкової служби та її імідж продовжують бути досить низькими. Така ситуація супроводжується ухиленням від сплати податків, зловживаннями з боку представників державних органів влади, корупцією та сповільнює й без того низький розвиток економіки України. Зазначене доводить, що підвищення рівня культури сплати податків та покращення взаємовідносин між платниками податків й органами виконавчої влади знаходиться серед важливих проблем, від вирішення яких буде залежати також і розвиток економіки країни в цілому. Зважаючи на інтеграційний вектор руху України до ЄС, актуальним є вивчення успішного досвіду країн ЄС, так як європейські підходи до побудови взаємовідносин платників податків та податкових органів характеризується високим рівнем взаєморозуміння та професіоналізму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем підвищення ефективності системи оподаткування та розвитку податкових відносин займалися такі вчені, як: Андрущенко В. [1], Василенко А. [2], Іванишина О., Прокопенко І., Панура Ю. [4], Лафер А. [9], Шумпетер Й.

[12] та інші. Проте питання підвищення рівня податкової культури та налагодження взаємовигідних партнерських відносин між платниками та органами державної влади все ще залишаються повною мірою ще розкриті.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є поглиблення теоретичних положень розвитку податкових взаємовідносин, підвищення рівня податкової культури і податкової дисципліни в Україні та розробка рекомендацій і пропозицій щодо підвищення рівня сплати податків в контексті вивчення досвіду європейських держав.

Виклад основного матеріалу. Поняття «податкова культура» вперше використав американський економіст австрійського походження з українським корінням Й. Шумпетер, який «податкову культуру розумів з ідеалістичних позицій, вважав її штучним (artificial) витвором державних діячів та економістів, який став потрібним у ході формування національних податкових систем» [12]. Найбільш влучним, на нашу думку, є визначення податкової культури вченим В. Андрущенко, який розглядає її за двома «напрямами: (1) культуру поведінки (behaviour culture), що стосується степені відповідальності, характеру і стилю поведінки і/або роботи всіх учасників податкового процесу; (2) процедурно-технологічну культуру, котра пов'язана з діяльністю причетних до оподаткування державних і суспільних інститутів, податкової служби зокрема, за належними процедурами і технологіями оподаткування» [1, с. 311]. Він також зазначає, що «добровільна сплата податків, розуміння більшістю платників податку як правового і морального зобов'язання, — досягнення податкової культури західних держав і народів. Громадянська свідомість, звичка до дисципліни і порядку виконують роль свого роду духовної основи податкової культури» [1, с. 345].

Україна отримала статус кандидата до вступу в ЄС і однією з умов набуття членства є гармонізація системи оподаткування в Україні на рівні ЄС та адаптація податкової політики України до спільної податкової політики ЄС. Саме тому для

України в умовах сьогодення важливим є вивчення успішного досвіду країн ЄС щодо побудови взаємовигідних партнерських відносин між платниками податків та податковими органами, основою та запорукою яких є податкова культура.

На переконання професора В. Андрущенко, «стан податкової культури в конкретній країні знаходиться в залежності від дії ще ряду чинників: (1) етнонаціональних особливостей сприймання загальнолюдських цінностей (чесності, справедливості, відповідальності, почуття обов'язку і т.п.); (2) історично обумовлених національних традицій оподаткування та устрою податкової системи (наприклад, пропорції прямих і непрямих податків); (3) умов соціального та інтелектуального розвитку народних мас; (4) характеру взаємодії між діючими особами податкового процесу — платниками і збирачами податків» [1, с. 336]. Так, дійсно, в зарубіжних держав податкова політика та відповідно системи оподаткування спрямовані на формування атмосфери довіри в податкових відносинах а також на підвищення рівня податкової культури. Зазвичай створення між платниками податків та владою атмосфери діалогу та взаєморозуміння здійснюється шляхом надання інформаційно-консультативних послуг як з боку податкових органів, так і через інститути податкового консультування [7].

В Україні в сучасних умовах існує ряд проблем щодо формування та розвитку податкової культури, серед яких: «по-перше, у населення достатньо низький рівень переконання в необхідності сплати податків. По-друге, не достатній зворотній зв'язок між платником податків і державою. Державна податкова служба проводить активну роз'яснювальну роботу стосовно обов'язків платника податків, його відповідальності, але водночас мало приділяє ін-

формаційної уваги витратам, які відбуваються за рахунок сплачених податків. Доцільно визначити, що в сучасних умовах існує низький рівень податкової довіри населення» [5, с. 238–239].

На наше переконання, найбільш вагомими факторами, які перешкоджають розвитку культури сплати податків є: складне для розуміння та виконання податкове законодавство в Україні, яке постійно змінюється; низький рівень оцінки діяльності податкової служби в суспільстві; тіньові процеси в економіці України. Нестабільність та складність вітчизняного податкового законодавства підтверджується численними змінами та доповненнями до Податкового кодексу України, в який від початку його прийняття з 2011 року і дотепер було внесено змін і доповнень 203-ма законами України. В 2023 році лише за чотири місяці внесено зміни на підставі 6-ти законів України [6]. На рис. 1 наведено динаміку змін та доповнень до ПКУ протягом 2011–2022 рр.

Така ситуація потребує підвищення рівня податкової грамотності платників податків та роз'яснення складних питань для виконання ними своїх податкових зобов'язань. В той же час в більшості європейських країн приділяється значна увага саме інформаційно-консультаційній роботі як з боку органів державної влади, так і незалежними податковими консультантами. Податкові консультанти є своєрідними модераторами діалогу в суспільстві між податковими органами й платниками податків. Варто зазначити, що в європейських державах консультування почало розвиватись ще з 60-х років минулого століття та користується значним попитом серед платників податків як фізичних осіб так і бізнес структур.

В Україні ж надання податково-консультаційних послуг органами податкової служби зосе-

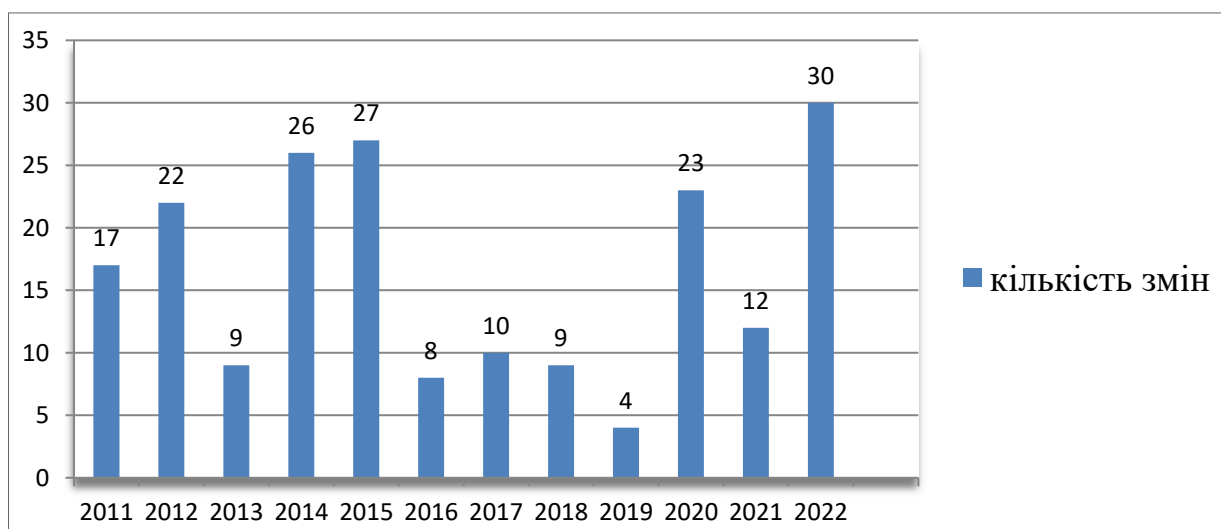


Рис. 1. Кількість внесених змін та доповнень до Податкового кодексу законами України протягом 2011–2022 рр.

Джерело: складено автором на основі [4]

реджене лише на нормативних принципах й відповідно звужує коло податкових консультантів, в той час як у податковій практиці часто виникають обставини, що потребують не загального, а ситуативного підходу і звернення до інших фахівців, які не є державними службовцями. Крім того в Україні податково-консультаційними послугами користуються в основному великі підприємства, в той час як середній і малий бізнес не мають достатньо коштів для оплати таких послуг.

Для порівняння зазначимо, що в державах східноєвропейського регіону, як і в Україні потреба в наданні податкових консультацій незалежними фахівцями виникла у 90-х роках минулого століття. Однак, на відміну від нас, у більшості країн східноєвропейського регіону незалежне податкове консультування успішно функціонує і розвивається, що сприяє розвитку взаємовигідних податкових відносин і виконанню податкових зобов'язань платниками податків своєчасно та у повному обсязі. Уряди зарубіжних держав активно беруть участь у регулюванні процесу податкового консультування й таким чином підвищують рівень культури сплати податків та податкову грамотність в суспільстві.

Ще одним фактором низького рівня податкової дисципліни в Україні є рівень корупції. Дослідження вчених та економістів вказують на те, що існує залежність між рівнем розвитку податкової культури платників податків та масштабами тіньової економіки. Так, відповідно досліджень, які провели Дж. Альм та Б. Торглер [8], виявлено статистично значущі докази, що вищий рівень податкової культури призводить до зменшення масштабів тіньової економіки. Ці ж результати були підтвержені і в багатьох інших емпіричних аналізах, зокрема Б. Торглера [13], Р. Дель-Анно [11], Б. Торглера та Ф. Шнайдера [14]. Також за даними досліджень МВФ [10], масштаби тіньової економіки та корупції збільшуються з більшою ймовірністю та швидкістю в країнах із слабким управлінням, до яких певною мірою відноситься і наша держава. Це явище спостерігається набагато менше у країнах із сильними, добре регульованими та ефективними інститутами державного управління.

На переконання Генерального Директора Advanter Group «податкова та митна система — найбільші джерела корупційних потоків і переходу в «тінь» [3]. Він стверджує, що потрібно «доручити податкову реформу не тим, хто має нагороди від Державної податкової служби в минулому, а покластися на досвід країн, що зробили економічні прориви; на аналітику вчених та експертів, що чітко засвідчила перевагу нової антикорупційної податкової системи. Зрештою, покластися на український бізнес, 90% якого (дослідження «Дія. Бізнес», Advanter Group) допомагають ЗСУ, ТрО,

реалізують гуманітарні проекти і вірять в майбутнє України» [3]. Ми погоджуємось із позицією Андрія Длігача щодо необхідності здійснення дієвої виваженої податкової реформи, яка б враховувала інтереси всіх учасників податкових відносин.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Проведений аналіз впливу податкової культури на рівень податкових надходжень показав, що турбота про високий рівень культури сплати податків відіграє важливу роль у формуванні образу законслухняного платника податків та позитивного іміджу органів влади, що слугуватиме чинником зниження рівня тіньової економіки, забезпечення надходжень податків до бюджетів різних рівнів.

Вивчення та дослідження кращих традицій оподаткування та податкової культури в країнах ЄС та їх поширення в Україні є надзвичайно важливим, адже оподаткування та податкова культура в цих країнах знаходяться на високому рівні наукової та професійної культури. В державах ЄС задля підвищення рівня податкової культури в суспільстві та створення позитивного іміджу податкової служби активно розвивається податкове консультування, яке виступає самостійним елементом податкових відносин, що в свою чергу забезпечує гармонізацію інтересів держави та платників податків.

Одним із пріоритетних завдань на шляху приведення системи оподаткування України до європейських стандартів якості та створення комфортних умов для виконання податкових зобов'язань платниками податків є розвиток інституту податкового консультування, що сприятиме розвитку податкової культури, підвищенню податкової грамотності та створенню атмосфери діалогу в суспільстві і взаєморозуміння між платниками податків і податковими органами та відповідно відповідальному ставленню платників податків до своїх обов'язків.

Аналіз взаємозв'язку масштабів тіньової економіки та рівня податкової культури в Україні вказує на те, що основними проблемами є: постійні зміни податкового законодавства, нерівноцінний рівень податкового навантаження на малий та великий бізнес, високий рівень корупції, низька оцінка суспільством діяльності органів державної влади.

Використання успішного досвіду ЄС та запровадження системи інформаційно-просвітницьких заходів і удосконалення податкового законодавства із врахуванням нагальних потреб та збалансування взаємовигідних інтересів як платників податків так і органів державної влади, сприятиме усвідомленню виконання платниками податків своїх податкових зобов'язань перед державою, формуванню у них високого рівня податкової культури та податкової дисципліни, покращить взаємовідносини з податковими органами і таким чином економічному зростанню країни в цілому.

Література

1. Андрущенко В. Л., Тучак Т. В. Морально-етичні імперативи податків та оподаткування (західна традиція): [монографія]. К.: Алерта, 2013. 384 с.
2. Василенко А. В. Формування податкової культури в Україні. Вісник національного банку України. 2010. № 1. С. 17–22.
3. Длігач А. Антикорупційна податкова реформа — шлях до економічної перемоги. 2023. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/03/14/697991/> (дата звернення: 26.04.2023).
4. Іванишина О. С., Прокопенко І. А., Панура Ю. В. Удосконалення податкової системи як фактор підвищення фінансової безпеки держави. Ефективна економіка. 2021. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8775> (дата звернення: 23.04.2023).
5. Податкова система України: теорія, методологія, практика: монографія / О. Т. Замасло. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 420 с.
6. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 28.04.2023).
7. Покатаєва О. В., Кучерова Г. Ю. Фактори свідомої сплати податків: досвід країн ЄС. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2015. Випуск 1(11). URL: <https://core.ac.uk/download/72008418.pdf> (дата звернення: 18.04.2023).
8. Alm J., Torgler B. Culture Differences and Tax Morale in United States and Europe // *Journal of Economic Psychology*. 2006. № 27.
9. Laffer A. B. The economics of the tax revolt: a reader / A. B. Laffer, J. P. Seymour // Harcourt Brace Jovanovich. 1979. Vol. 1. 138 p.
10. Medina L., Schneider F. The Evolution of Shadow Economies through the 21st Century. *International Monetary Fund*. URL: <https://www.elibrary.imf.org/display/book/9781513575919/ch002.xml> (дата звернення: 04.04.2023).
11. Dell'Anno R. *Journal of Behavioral and Experimental Economics (formerly The Journal of Socio-Economics)*. 2009. Vol. 38. Issue 6.
12. Schumpeter J. A. *Цкономіе und Soziologie der Einkommensteuer* // *Der Deutsche Volkswirt*, 1929.
13. Torgler B. The importance of faith: Tax morale and religiosity // *Journal of Economic Behavior and Organization*, 2005.
14. Torgler B., Schneider F. The impact of tax morale and institutional quality on the shadow economy // *Journal of Economic Psychology*, 2009. № 2.

References

1. Andrushchenko V. L., Tuchak T. V. Moralno-etichni imperative podatkov ta opodatkovannya (zakhidna tradiciya): [monographia]. Kyiv, Alerta, 2013, pp. 384.
2. Vasilenko A. V. Formuvannia podatkovoi kultury v Ukraini. Visnyk natsionalnogo banku Ukrainy, 2010, no. 1, pp. 17–22.
3. Dlighach A. Antykorupcijna podatкова reforma — shljakh do ekonomichnoji peremoghy. 2023. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/03/14/697991/> (Accessed 26 April 2023).
4. Ivanyshyna O. S., Prokopenko I. A., Panura Ju. V. Udoskonalennja podatkovoji systemy jak faktor pidvyshhenja finansovoji bezpeky derzhavy. Efektyvna ekonomika. 2021.
5. Podatkova systema Ukrajinu: teorija, metodologhija, praktyka: monoghrafija / O. T. Zamaslo. Ljviv: LNU imeni Ivana Franka, 2017. 420 s.
6. Podatkovyj kodeks Ukrajinu vid 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (Accessed 28 April 2023).
7. Pokatajeva O. V., Kucherova Gh. Ju. Faktory svidomoji splaty podatkov: dosvid krajin Je S. Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualjnoji vlasnosti. 2015. Vypusk 1(11).
8. Alm J., Torgler B. Culture Differences and Tax Morale in United States and Europe // *Journal of Economic Psychology*, 2006. № 27.
9. Laffer A. B. The economics of the tax revolt: a reader / A. B. Laffer, J. P. Seymour // Harcourt Brace Jovanovich, 1979, Vol. 1, 138 p.
10. Medina L., Schneider F. The Evolution of Shadow Economies through the 21st Century. *International Monetary Fund*. 2021. URL: <https://www.elibrary.imf.org/display/book/9781513575919/ch002.xml> (Accessed 04 April 2023).
11. Dell'Anno R. *Journal of Behavioral and Experimental Economics (formerly The Journal of Socio-Economics)*, 2009, Vol. 38, issue 6.
12. Schumpeter J. A. *Цкономіе und Soziologie der Einkommensteuer* // *Der Deutsche Volkswirt*, 1929.
13. Torgler B. The importance of faith: Tax morale and religiosity // *Journal of Economic Behavior and Organization*. 2005.
14. Torgler B., Schneider F. The impact of tax morale and institutional quality on the shadow economy // *Journal of Economic Psychology*. 2009, № 2.

УДК 33.656

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Сливка Ярослава Василівна
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та менеджменту
Карпатський інститут підприємництва*
Slyvka Yaroslava
*PhD in Economics
Carpathian Institute of Enterprising*
ORCID: 0000-0002-0472-5071

Щербан Марія Дмитрівна
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та менеджменту
Карпатський інститут підприємництва*
Shcherban Mariia
*PhD in Economics
Carpathian Institute of Enterprising*

Таранчук Володимир Альвіанович
*аспірант кафедри фінансів, обліку та фундаментальних економічних дисциплін
Національної академії управління*
Taranchuk Volodumyr
*Postgraduate of the
National Academy of Management*
ORCID: 0009-0002-6536-7076

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-4-8778

ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

PROSPECTS OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE TRANSPORT AND LOGISTICS SYSTEM OF UKRAINE

Анотація. Вступ. Перевезти вантаж за оптимальний час і вартість з дотриманням умов збереження – складна справа з урахуванням специфіки кожного окремого випадку. На міждержавному рівні ситуація ускладнюється відмінністю чинного законодавства, проходженням митних кордонів, страхування та співпраці з іншими компаніями, що складають складну та багатогранну транспортно-логістичну систему країни, регіону. Учасники транспортно-логістичної системи забезпечують здійснення національного та міжнародного товарообігу в частині реалізації транспортних послуг.

Подальша інтеграція української транспортно-логістичної системи з європейськими та міжнародними ринками транспортно-логістичних послуг дозволить посилити конкурентні позиції вітчизняних логістичних компаній, залучити інвестиції в транспортну систему України, створити тисячі додаткових робочих місць та поліпшити економічну ситуацію в державі в цілому.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження виступає аналіз потенціалу транспортно-логістичної системи України в подальшій міжнародній інтеграції та вплив на відновлення зруйнованих міст і регіонів внаслідок терористичних атак.

Результати. Узагальнення факторів впливу на розвиток транспортно-логістичної системи України свідчить про першочерговість реформи у митній сфері та покращення управління кордонами, вдосконалення інфраструктури логістичних центрів. Значний позитивний вплив здійснили реалізовані проекти, однак вони точково вирішують нагальні проблеми та не забезпечують вирішення ключових проблем пов'язаних із залученням довгострокових інвестицій у розвиток та розбудову зруйнованих внаслідок терористичних атак транспортно-логістичних систем регіонів. Будівництво інтер- та мультимодальних хабів забезпечить промисловий розвиток зруйнованих регіонів та дозволить відновити роботу релюкованих підприємств.

Запропонований підхід систематизації напрямків розвитку транспортно-логістичної системи України акцентує важливість об'єднання зусиль бізнесу, міжнародних організацій та держави у будівництві інтер- або мультимодальних хабів, що стануть основою будівництва нових транспортно-логістичних регіонів України.

Перспектив подальших досліджень передбачає деталізація напрямків залучення довгострокових інвестицій у відновлення та будівництво зруйнованої, внаслідок терористичних атак, транспортно-логістичної системи регіонів та країни в цілому.

Ключові слова: транзитивний потенціал, транспортно-логістична система, транспортні коридори, логістичний хаб.

Summary. Transporting the cargo for the optimal time and cost while observing the conditions of the preservation is a difficult task, taking into account the specifics of every individual case. At the international level the situation is complicated by differences in current legislation, crossing customs borders, insurance and cooperation with other companies that make up the complex and multifaceted transport and logistics system of the country and region. Participants of the transport and logistics system ensure the implementation of national and international trade in the part of the implementation of transport services.

Further integration of the Ukrainian transportation and logistics system with European and international markets of transport and logistics services will strengthen the competitive position of domestic logistics companies, attract investments in the transport system of Ukraine, create thousands of additional jobs and improve the economic situation in the country as a whole.

Formulation of the goals of the article. The purpose of the study is to analyze the potential of the transport and logistics system of Ukraine in further international integration and the impact on the restoration of destroyed cities and regions as the result of terrorist attack.

The results. The generalization of influencing factors on the development of transport and logistics system of Ukraine shows the priority of reform in the customs sphere and improvement of the infrastructure of logistics centers. The implemented projects had a significant positive impact, however, they solved urgent problems point by point and do not provide solutions to key problems related to attracting long-term investments in the development and construction of the transport and logistics systems of the regions destroyed as a result of the terroristic attacks. The construction of the inter- and multimodal hubs will ensure the industrial development of the destroyed regions and will allow to restore the work of the relocated enterprises.

The proposed approach to the systematization of directions for the development of transport and logistics systems of Ukraine emphasizes the importance of combining the efforts of business, international organizations and the state in the construction of inter- and multimodal hubs, which will become the bases for the construction of new transport and logistics regions of Ukraine.

Prospects for further research include detailing directions for attracting long-term investments in the restoration and construction of the transport and logistics system of the regions and the country as a whole, destroyed as a result of terrorist attacks.

Key words: transit potential, transport and logistics system, transport corridors, logistic hub.

Постановка проблеми. Перевезти вантаж за оптимальний час і вартість з дотриманням умов збереження — складна справа з урахуванням специфіки кожного окремого випадку. На міждержавному рівні ситуація ускладнюється відмінністю чинного законодавства, проходженням митних кордонів, страхування та співпраці з іншими компаніями, що складають складну та багатогранну транспортно-логістичну систему країни, регіону. Учасники транспортно-логістичної системи забезпечують здійснення національного та міжнародного товарообігу в частині реалізації транспортних послуг.

Транзитивний потенціал (географічне розташування, розвинута транспортна інфраструктура автомобільних доріг, морських торговельних портів басейну Чорного та Азовського морів, судноплавних річок, мережа аеропортів регіонального та міжнародного рівнів), європейський напрямок розвитку економіки зумовили специфіку розвитку транспортно-логістичної системи України — впровадження європейських стандартів, запозичення досвіду та співпраця з країнами ЄС. В умовах війни, транспортно-логістична система України показала неабиякі здобутки в напрямку адаптації до умов постійних терористичних атак, співпраці з підприємствами та волонтерами.

Подальша інтеграція української транспортно-логістичної системи з європейськими та міжнародними ринками транспортно-логістичних послуг дозволить посилити конкурентні позиції вітчизняних логістичних компаній, залучити інвестиції в транспортну систему України, створити тисячі додаткових робочих місць та поліпшити економічну ситуацію в державі в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику розвитку та євроінтеграції транспортно-логістичної системи України у своїх працях досліджувала велика кількість вчених. Важливо відмітити результати монографічних та дисертаційних досліджень, зокрема: Григорак М. Ю. удосконалив теоретичні та методологічні основи адміністрування змінами ринку логістичних послуг з урахуванням впливу економіки знань, а також дослідив основні умови інституційного становлення вітчизняної логістичної системи з позицій ієрархії мікро-, мезо- і макрорівнями логістичної системи [1]; Ільченко Н. Б. систематизував та удосконалив класифікацію логістичних стратегій та їх взаємозв'язок з розвитком транспортно-логістичної системи України [2]; Носар А. А. систематизував види інноваційного розвитку складської логістики та організаційно-функціональні моделі ре-

гіональних транспортно-логістичних систем [3]. Пова увагою науковців залишились питання адаптації транспортно-логістичної системи до діяльності релокованих підприємств, розробки нових транспортно-логістичних центрів прикордонних міст, участь у відбудові зруйнованих міст і регіонів України, що потребують подальшого вивчення.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження виступає аналіз потенціалу транспортно-логістичної системи України в подальшій міжнародній інтеграції та вплив на відновлення зруйнованих міст і регіонів внаслідок терористичних атак.

Матеріали і методи. Методологічним та теоретичним базисом дослідження проблематики розвитку транспортно-логістичної системи України виступили наукові положення економічної теорії, логістики, адміністрування, праці вітчизняних і зарубіжних вчених обраної тематики.

Для досягнення поставленої мети та виконання завдань, в роботі використано низку загальнонаукових та економічних методів: аналізу та синтезу — для здійснення економічної діагностики сучасного стану транспортно-логістичної системи України та її світових трендів; систематизації та узагальнення — для виявлення умов, факторів впливу на формування економічної привабливості діяльності релокованих підприємств та відбудові зруйнованих міст і регіонів України.

Виклад основного матеріалу. Співпраця з транспортно-логістичними системами дозволяє підприємствам зменшити власні витрати на транспортування, прискорити період обігу запасів, що веде до зменшення їх накопичення.

Досвід країн Західної Європи та Північної Америки свідчить, що розвиток логістики та транспортного сектору дає змогу зменшити загальнологістичні витрати майже на 12–35%, транспортні витрати — на 7–20%, витрати на навантажувально-розвантажувальні роботи та збереження матеріального потоку — на 15–30%, а також прискорити швидкість обігу матеріальних ресурсів на 20–40% та скоротити їх запаси на 50–200%. Координацію технологічної, технічної та організаційно-економічної взаємодії між усіма функціональними ланками в таких країнах забезпечує відповідна логістична система, яка забезпечує взаємодію всіх учасників транспортно-розподільчого процесу в організаційно-економічному, технічному, технологічному та інформаційному аспектах руху вантажних потоків [6, с. 208].

Міжнародна практика показує ефективність організації виробничо-транспортно-споживчих вузлів великих підприємств чи промислових зон разом з виробничо-перевантажувальних комплексів (їх ще називають мультимодальні термінальні комплекси). Вітчизняний досвід відмічає таку практику на прикладі великих промислових підприємств, коли

на підприємствах будують власну транспортну систему для транспортування продукції.

До прикладу, ТОВ СП «НІБУЛОН» [4] інвестував у розробку інфраструктури з високотехнологічних річкових перевантажувальних терміналів, яка об'єднує 13 областей. Підвищення даної інфраструктури зростає завдяки інвестиціям у модернізацію та удосконалення потужностей і технологій роботи, виробничих підрозділів.

Важливим аспектом у розвитку транспортно-логістичного потенціалу є підтримка держави, адже на цьому рівні приймаються рішення, щодо: ремонт та будівництво нових транспортних шляхів (Президентський проект «Велике будівництво»); співпраця з урядом та митницею сусідніх країн («Зелений коридор»); диверсифікація послуг та видів транспорту, спрощення процедур транспортування та підвищення їх оперативності, а також впровадження високотехнологічних інновацій (системи автоматичного зважування на митниці, програмне забезпечення для залізниці та ін.).

Згідно з даними рейтингу Світового банку «Logistics Performance Index (LPI) 2018» Україна посіла 66 місце зі 160 країн щодо логістичної ефективності, набравши 2,83 бали та загалом піднявшись на 14 позицій [10]. Дане дослідження проводиться раз у кілька років на основі опитування найбільших міжнародних логістичних компаній у 155 країнах світу.

Наведений рейтинг оцінює логістичну ефективність країни з шести позицій. В розрізі критеріїв оцінки, вітчизняні показники є кращими, за середні регіону «Європи та Середньої Азії», однак нижчі за середній показник країн світу. Слід відмітити тенденцію покращення логістичної інфраструктури, проте показники митних процедур, як наслідок своєчасності доставки вантажу, потребують покращення.

Специфіка реалізації транспортно-логістичного потенціалу України зумовлена інтеграцією з країнами ЄС та Східного партнерства. Територією України проходить низка міжнародних транспортних коридорів: 4 з них Європейські транспортні шляхи, а також Транс'європейська транспортна мережа TEN-T та «ТРАСЕКА».

Участь у вище наведених транспортних коридорах більше десяти років сприяло інтеграції та виконання міжнародних стандартів надання транспортно-логістичних послуг, узгодженню чинного законодавства, сприяло макроекономічному розвитку регіонів та залученню додаткових інвестицій у розбудову інфраструктуру в цілому.

До прикладу, Стратегія Європейського Союзу для Дунайського регіону реалізується з 2011 р. та охоплює 14 країн. У межах проектів Стратегії передбачається будівництво автомобільної паромної переправи Ізмаїл (Україна) — Тульча (Румунія) з береговим автомобільним комплексом та глибоководного суднового каналу річки Дунай — Чорне

море в українській ділянці дельти, створення річкових інформаційних служб, інтегрованої системи збору та утилізації відходів суден [5].

Безперечно подальше впровадження європейських та міжнародних стандартів транспортно-

логістичної системи України в межах перспектив розширення використання транзитивного потенціалу та залучення інвестицій для удосконалення існуючих міжнародних транспортних коридорів є актуальною і досі. Однак важливим є вивчення



Рис 1. Напрямки розвитку транспортно-логістичної системи України в повоєнний період
Джерело: розроблено автором

специфіки того чи іншого виду перевезень з метою забезпечення їх ефективної співпраці попри внутрішню та зовнішню конкуренцію.

Актуальним напрямком розвитку транспортно-логістичної системи є будівництво мультимодальних терміналів, логістичних хабів, що допоможе розвантажити вітчизняні транспортні шляхи.

Логістичні хаби за розмірами та функціонуванням нагадують невеличкі містечка з офісними і торговими приміщеннями, житловими будинками і об'єктами соціальної інфраструктури для працівників, що працюють у складських та логістичних комплексах.

В Україні девелопери переважно зосереджені на розвитку проектів індустріальних парків, бізнес-модель яких заточена під надання послуг виробничим компаніям для оптимізації процесів виробництва. Водночас мульти- та інтермодальні хаби можуть слугувати наступною ланкою оптимізації — швидкого транспортування продукції до ринків збуту [7].

Прикладом поєднання логістичного хаба та індустріального парку виступає «Біла Церква» (Київська область) холдингової компанії Ufuture. Поєднання автомобільного та залізничного транспорту сприяло функціонуванню логістичного терміналу та сортувального депо.

У 2005 році компанія «Євротермінал» отримала підтримку Європейського Банку Реконструкції і Розвитку, побудувавши логістичний центр «Сухий порт» — це територія площею 42 гектари (420 тисяч квадратних метрів). «Сухий порт» дає змогу доставляти вантажі одразу декількома видами транспорту — морським, автомобільним і залізничним. На території логістичного центру знаходяться склади для зберігання контейнерів, транзитна площа, склад тимчасового зберігання, комплекс для оброблення збірних вантажів, та інші приміщення. Поруч знаходиться Одеський порт [9].

Розглянемо напрямки розвитку транспортно-логістичної системи України в повоєнний період (рис. 1). За даними рис. 1 ключові фактори (транспортний потенціал, підтримка держави, розвиток підприємств, підтримка міжнародних організацій) однаково впливають на кожен з можливих варіантів розвитку: відновлення на довоєнному рівні, розбудова або будівництво нових логістичних регіонів. Разом з тим, саме об'єднання зусиль держави, бізнесу та міжнародної підтримки є умовами розробки та реалізації довгострокових проектів з будівництва хабів, що будуть основою будівництва нових транспортно-логістичних регіонів України.

У випадку діяльності релокованих підприємств та проблематики відновлення зруйнованих міст і регіонів, будівництво хабу виступає ключовим фактором у подальшому розвитку виробничої та логістичної діяльності, завдяки збільшенню вантажопотоку, залученню інвестицій та зростанню купівельної спроможності регіону в цілому. Діяль-

ність інтермодальних хабів дозволяє поєднувати сервісні та виробничу моделі, завдяки оптимізації витрат для підприємств та попит на послуги транспортування для логістичних операторів.

Вигідне географічне розташування України забезпечує участь в 4 з 10 європейських транспортних коридорів. У 2019–2020рр міжнародні та вітчизняні холдинги вже розглядали кілька проектів будівництва інтермодальних хабів у Хмельницькій області (об'єднання залізничного, автомобільного та авіа транспорту); аеропорт «Львів» (об'єднання залізничного, автомобільного та авіа транспорту); в акваторії Березанського лиману Миколаївської області (порт-хаб на Чорному морі); м.Київ (об'єднання залізничного та річкового транспорту).

Складність будівництва інтер- та мультимодальних хабів полягає у тривалому будівництві та значних інвестиціях. В середньому, таке будівництво займає 5–7 років та потребує залучення від 50 до 100 млн дол. США та очікуваним терміном окупності 10–15 років. Наявна ситуація вимагає гарантій та захисту інтересів інвесторів, ініціативи уряду, вдосконалення законодавства (адаптація нормативів будівництва, нормативне регулювання комбінованих перевезень та ін.).

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших досліджень. Транспортно-логістична система включає в себе інфраструктуру авіа, авто та залізничних сполучень, морських та річкових портів, вантажних і митних терміналів. Логістичні центри задовольняють потреби у транспортних послугах виробників та споживачів товарів, виступають рушієм змін в економіці, створюють сприятливі умови для залучення інвестицій та конкурентні умови для учасників.

Відповідно до динаміки індексу LPI ефективності логістики для України, першочерговими є реформи у митній сфері та покращення управління кордонами, вдосконалення інфраструктури логістичних центрів. Значний позитивний вплив здійснили такі проекти, як «Велике будівництво», «Зелений коридор», надання податкових пільг для індустріальних парків, однак вони точково вирішують нагальні проблеми та не забезпечують вирішення ключових проблем пов'язаних із залученням довгострокових інвестицій у розвиток та розбудову зруйнованих внаслідок терористичних атак транспортно-логістичних систем регіонів. Будівництво інтер- та мультимодальних хабів забезпечить промисловий розвиток зруйнованих регіонів та відновлення роботи релокованих підприємств.

Запропонований підхід систематизації напрямків розвитку транспортно-логістичної системи України акцентує важливість об'єднання зусиль бізнесу, міжнародних організацій та держави у будівництві інтер- або мультимодальних хабів, що стануть основою будівництва нових транспортно-логістичних регіонів України.

Література

1. Григорак М. Ю. Інтелектуалізація ринку логістичних послуг: концепції, методологія, компетентність: монографія. Київ: Сік Груп Україна, 2017. 516 с.
2. Ільченко Н. Б. Логістичні стратегії в торгівлі: монографія. Київ: Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2016. 432 с.
3. Носар А. А. Регіональний вимір та світові тренди розвитку складської логістики: автореф. дис. на здоб. наук. ступ. к. е. н. за спец. 08.00.05 — розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Одеська національна академія харчових технологій, Одеса, 2021. С. 22.
4. Офіційний сайт ТОВ СП «Нібулон». URL: <https://www.nibulon.com/>
5. Стратегія ЄС для Дунайського регіону // Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <http://mtu.gov.ua/content/strategiya-es-dlya-dunayskogo-regionu.html>
6. Устенко М. О., Івашкевич В. С. Перспективи розвитку транспортно-логістичних систем України // Вісник економіки транспорту і промисловості. 2017. № 59. С. 84–90. doi: <https://doi.org/10.18664/338.47:338.45.v0i59.113382>
7. Хом'як Т. Мульти- та інтермодальні хаби: перспективи для України. 2021. URL: <https://www.pressreader.com/ukraine/commercial-property-0385/20210301/281505049057757>
8. Яцюта О. Транспортно-логістична система України в умовах європейської інтеграції // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2016. № 3. С. 89–99.
9. Khaletskaia A. Shcho take logistichnij hab: prikladi y vidminnosti vid skladiv. 2021. URL: <https://wareteka.com.ua/uk/blog/shho-take-logistichnij-hab-prikladi-j-vidminnosti-vid-skladiv/>
10. The World Bank. Aggregated LPI. 2021. URL: <https://lpi.worldbank.org/international/aggregatedranking>

References

1. Hryhorak M. Yu. Intelektualizatsiia rynku lohistrychnykh posluh: kontseptsii, metodolohiia, kompetentnist: monohrafiia. Kyiv: Sik Hrup Ukraina, 2017. 516 s.
2. Ilchenko N. B. Lohistrychni stratehii v torhivli: monohrafiia. Kyiv: Kyiv. nats. torh. ekon. un-t, 2016. 432 s.
3. Nosar A. A. Rehionalnyi vymir ta svitovi trendy rozvytku skladskoi lohistryky: avtoref. dys. na zdob. nauk. stup.k.e.n. za spets. 08.00.05 — rozvytok produktyvnykh syl i rehionalna ekonomika. Odeska natsionalna akademiia kharchovykh tekhnolohii, Odesa, 2021. S. 22.
4. Ofitsiyni sait TOV SP «Nibulon». URL: <https://www.nibulon.com/>
5. Stratehiia YeS dlia Dunaiskoho rehionu // Ofitsiyni sait Ministerstva infrastruktury Ukrainy. URL: <http://mtu.gov.ua/content/strategiya-es-dlya-dunayskogo-regionu.html>
6. Ustenko M. O., Ivashkevych V. S. Perspektyvy rozvytku transportno-lohistrychnykh system Ukrainy // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. 2017. № 59. S. 84–90. doi: <https://doi.org/10.18664/338.47:338.45.v0i59.113382>
7. Khom'iak T. Multy- ta intermodalni khaby: perspektyvy dlia Ukrainy. 2021. URL: <https://www.pressreader.com/ukraine/commercial-property-0385/20210301/281505049057757>
8. Yatsiuta O. Transportno-lohistrychna systema Ukrainy v umovakh yevropeiskoi intehratsii // Zovnishnia to-rhivlia: ekonomika, finansy, pravo. 2016. № 3. S. 89–99.
9. Khaletskaia A. Shcho take lohistrychni khab: pryklady y vidminnosti vid skladiv. 2021. URL: <https://wareteka.com.ua/uk/blog/shho-take-logistichnij-hab-prikladi-j-vidminnosti-vid-skladiv/>
10. The World Bank. Aggregated LPI. 2021. URL: <https://lpi.worldbank.org/international/aggregatedranking>

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».

Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL «INTERNAUKA».

Series: «Economic sciences»

№ 4(72)

1 том

Головний редактор — *Камінська Т. Г.*

Київ 2023

Видано у авторській редакції

Адреса редакції: Україна, м. Київ, вул. Ломоносова, буд. 18

Контактний телефон: +38(044) 222 58 89

Контактний телефон: +38(067) 401 84 35

E-mail: editor@inter-nauka.com

Підписано у друк 30.04.2023. Формат 60×84/8

Папір офсетний. Гарнітура UkrainianSchoolBook. Друк офсетний.

Умовно-друкованих аркушів 27,2. Тираж 100. Заказ № 217.

Ціна договірна. Надруковано з готового оригінал-макета.

Надруковано у видавництві

ТОВ «Центр учбової літератури»

вул. Лаврська, 20, м. Київ

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів
видавничої продукції ДК № 2458 від 30.03.2006 р.