



**НАУКОВІ ЗАПИСКИ
НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ
«ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ»
СЕРІЯ «ЕКОНОМІКА»**

Серію засновано 08.09.1999 р.

№ 25(53)

Науковий журнал
(щоквартальник)

Острого
Видавництво Національного університету «Острозька академія»
2022

Науковий журнал «Наукові записки Національного університету «Острозька академія» серія «Економіка»»

Засновано 08.09.1999 року Національним університетом «Острозька академія»
Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 21245-11045Р від 12 березня 2015 р.

Журнал додано до переліку наукових фахових видань України з економіки
на підставі Наказу Міністерства освіти і науки України № 515 від 16 травня 2016 р.

Журнал зареєстровано в Міжнародному центрі періодичних видань
(ISSN International Centre. Paris, France): ISSN 2311-5149 (друкований)

Журнал входить до «Переліку наукових фахових видань, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт
на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук» на підставі Наказу МОН України № 975 від 11.07.2019 – категорія «Б»

Журнал додано до міжнародних наукометричних баз і каталогів наукових видань:

INDEX COPERNICUS (ICV 2017 = 74,48)
EBSCO Publishing, Inc.
ResearchBib
Ulrichsweb (Ulrich's Periodicals Directory)
DOI: 10.25264/2311-5149

Google Академія (h-індекс 9)
Національна бібліотека ім. В. І. Вернадського
Бібліометрика української науки
Україніка наукова
Український реферативний журнал «Джерело»

Надруковано за ухвалою вченої ради Національного університету «Острозька академія»
(протокол № 13 від 23 червня 2022 року)

Засновник журналу: Національний університет «Острозька академія»;

Видавець: видавництво Національного університету «Острозька академія».

Редакційна колегія:

Шулик Ю. В. (головний редактор, к. е. н., доц., Острого, Україна); yuliia.shulyk@oa.edu.ua;
Козак Л. В. (д. е. н., доц., заступник головного редактора, Острого, Україна); lyudmyla.kozak@oa.edu.ua;
Дем'яничук О. І. (д. е. н., доц., відповідальний редактор, Острого, Україна); olha.demianchuk@oa.edu.ua.
Аверкіна М. Ф. (д. е. н., проф., Острого, Україна); maryna.averkyina@oa.edu.ua;
Бранч Джон (д. е. н., Анн Арбор, Мічиган, США); jdbranch@umich.edu;
Вітлінський В. В. (д. е. н., проф., Київ, Україна); wite101@meta.ua;
Гарі Кук (д. е. н., проф., Ліверпуль, Великобританія); g.cook@hull.ac.uk;
Іванчук Н.В. (к. е. н., доц., Острого, Україна); natalia.ivanchuk@oa.edu.ua;
Кнейслер О. В. (д. е. н., проф., Тернопіль, Україна); olgakne@gmail.com;
Кондратенко Н. О. (д. е. н., проф., Харків, Україна); 2123kondratenko@gmail.com;
Кривчицька О. Р. (д. е. н., проф., Острого, Україна); olha.kryvytska@oa.edu.ua;
Левицька С. О. (д. е. н., проф., Рівне, Україна); levitska.svitlana@yahoo.com;
Мамонтова Н. А. (д. е. н., проф., Острого, Україна); nataliya.mamontova@oa.edu.ua;
Матвійчук А. В. (д. е. н., проф., Київ, Україна); editor@nfmte.com;
Новоселецький О. М. (к. е. н., доц., Острого, Україна); oleksandr.novoseletskyi@oa.edu.ua;
Олак Антоні (хабілітований доктор економіки, професор факультету управління Люблінської політехніки, Люблін, Польща); antonio130@vp.pl;
Онишко С. В. (д. е. н., проф., Ірпін, Україна); onyshko_sv@ukr.net;
Павел Джаканський (доктор, Інститут Права, економіки і управління, Факультет Права, менеджменту та управління, Університет Яна Кохановського у Кельце, Польща); pdzikan@interia.eu;
Пауло Реіс Мурао (доктор економіки факультет економіки університету Мінью Брага, Португалія); paulom@eeg.uminho.pt;
Пукава Ришард (доктор Державної вищої технічно-економічної школи в Ярославі, Польща); rysard.pukala@interia.pl;
Стецюк Іван (професор Факультету фінансів, Школи менеджменту, Квебекського університету, Канада); stetsyuk.ivan@uqam.ca;
Талавера Олександр (професор фінансової школи менеджменту, університету Свансі, Великобританія); oleksandr.talavera@gmail.com;
Ткаченко Н. В. (д. е. н., проф., Київ, Україна); tkachenko_nt@ukr.net;
Топішко Н. П. (к. е. н., доц., Острого, Україна); natalya.topishko@oa.edu.ua;
Харчук Ю. Ю. (к. е. н., доц., Острого, Україна); julia.kharchuk@oa.edu.ua;
Яворська Т. В. (д. е. н., проф., Львів, Україна); tanya_yav@ukr.net.

Editorial board:

Shulyk Y. V. (PhD, docent, editor-in-chief); yuliia.shulyk@oa.edu.ua.
Kozak L. V. (PhD, docent, deputy editor); lyudmyla.kozak@oa.edu.ua;
Demianchuk O. I. (PhD, docent, responsible editor); olha.demianchuk@oa.edu.ua.
Averkyina M. F. (PhD, prof., Ostroh, Ukraine); maryna.averkyina@oa.edu.ua;
John Branch (PhD, Ann Arbor, Michigan, USA); jdbranch@umich.edu;
Vitlinskyi V. V. (PhD, prof., Kyiv, Ukraine); wite101@meta.ua;
Gary Cook (PhD, prof., Director Hull University Business School Faculty of Business, Law and Politics Hull University Business School, Liverpool, United Kingdom); g.cook@hull.ac.uk;
Ivanchuk N.V. (PhD, docent, Ostroh, Ukraine); natalia.ivanchuk@oa.edu.ua;
Kneisler O. V. (PhD, prof., Ternopil, Ukraine); olgakne@gmail.com;
Kondratenko N.O. (PhD, prof., Kharkiv, Ukraine); 2123kondratenko@gmail.com;
Kryvytska O. R. (PhD, prof., Ostroh, Ukraine); olha.kryvytska@oa.edu.ua;
Levytska S. O. (PhD, prof., Rivne, Ukraine); levitska.svitlana@yahoo.com;
Mamontova N. A. (PhD, prof., Ostroh, Ukraine); nataliya.mamontova@oa.edu.ua;
Matviichuk A. V. (PhD, prof., Kyiv, Ukraine); editor@nfmte.com;
Novoseletskyi O. M. (PhD, docent, Ostroh, Ukraine); oleksandr.novoseletskyi@oa.edu.ua;
Olak Anthony (PhD, prof., Lublin, Poland); antonio130@vp.pl;
Onyshko S. V. (PhD, prof., Irpin, Ukraine); onyshko_sv@ukr.net;
Pawel Dziekański (PhD, Faculty of Law, Management and Administration, Jan Kochanowski University in Kielce, Poland); pdzikan@interia.eu;
Paulo Jorge Reis Mourao (PhD, Braga, Portugal); paulom@eeg.uminho.pt;
Ryszard Pukala (PhD, State Higher School of Technology and Economics in Jarosław, Poland); rysard.pukala@interia.pl;
Ivan Stetsyuk (PhD, Professor of Finance Department, Quebec University School of Management, Canada); stetsyuk.ivan@uqam.ca;
Oleksandr Talavera (Professor of Finance School of Management, Swansea University, UK); oleksandr.talavera@gmail.com;
Tkachenko N. V. (PhD, prof., Kyiv, Ukraine); tkachenko_nt@ukr.net;
Topishko N. P. (PhD, docent, Ostroh, Ukraine); natalya.topishko@oa.edu.ua;
Kharchuk Yu. Yu. (PhD, Ostroh, Ukraine); julia.kharchuk@oa.edu.ua;
Yavorska T. V. (PhD, prof., Lviv, Ukraine); tanya_yav@ukr.net.

Адреса редакції: Національний університет «Острозька академія»,
Україна, 35800, Рівненська обл., м. Острого, вул. Семінарська, 2.

Головний редактор Ю. В. Шулик
Заступник головного редактора Л. В. Козак
Відповідальний редактор О. І. Дем'яничук
Комп'ютерна верстка Н. О. Крушинської
Художнє оформлення обкладинки К. О. Олексійчук
Коректор А. О. Самсонюк
Коректор англійських текстів Р. Т. Шулик



ISSN 2311-5149

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-25(53)

Ліцензія Creative Commons «Attribution-NonCommercial»
(«Із зазначенням авторства – Некомерційна») 4.0 Всесвітня (CC-BY 4.0).
Creative Commons License «Attribution-NonCommercial» 4.0 International (CC-BY 4.0).

© Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2022

**ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ**



Отримано: 03 травня 2022 р.

Прорецензовано: 03 червня 2022 р.

Прийнято до друку: 07 червня 2022 р.

e-mail: yriu.dziurakh@ukr.net

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-25(53)-4-10

Музиченко-Козловська О. В., Данилович Т. Б., Гавриляк А. С., Дзюрах Ю. М. Аналізування діяльності системи моніторингу стану ґрунтів в Україні. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»* : науковий журнал. Острог : Вид-во НАУОА, червень 2022. № 25(53). С. 4–10.

УДК: 332.3

JEL-класифікація: R 14

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0002-3519-5448>

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0003-3316-4856>

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0003-1389-2784>

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0001-7131-7468>

Музиченко-Козловська Оксана Володимирівна,

*кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національного університету «Львівська політехніка»*

Данилович Тарас Богданович,

*кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національного університету «Львівська політехніка»*

Гавриляк Анатолій Степанович,

*кандидат технічних наук, доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національного університету «Львівська політехніка»*

Дзюрах Юрій Михайлович,

*доктор філософії з публічного управління та адміністрування, доцент кафедри адміністративного
та фінансового менеджменту Національного університету «Львівська політехніка»*

**АНАЛІЗУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СИСТЕМИ МОНІТОРИНГУ СТАНУ ҐРУНТІВ
В УКРАЇНІ**

У статті з'ясовано, що в Україні функціонує багаторівнева система моніторингу довкілля; складовою частиною національної інформаційної інфраструктури є державна система моніторингу довкілля; у діючій системі моніторингу довкілля в Україні використовують різні методи та критерії оцінювання стану довкілля, зокрема ґрунтів, спостереження за довкіллям здійснюють нерегулярно; відсутня нормативно-законодавча база застосування новітніх організаційних та інформаційних технологій до екологічно збалансованого природокористування, зокрема землекористування. Для удосконалення процесу моніторингу довкілля в Україні необхідно запровадити систему державного управління цією сферою діяльності.

Ключові слова: моніторинг, ґрунти, інформаційні технології, природокористування.

Oksana Muzychenko-Kozlovska,

*Candidate of Economic Sciences, docent
Department of Economics of Enterprises
Lviv Polytechnic National University*

Taras Danylovych,

*Candidate of Economical Sciences, docent
Department of Economics of Enterprises
Lviv Polytechnic National University*

Anatolii Havryliak,

*Candidate of Economical Sciences, docent
Department of Economics of Enterprises
Lviv Polytechnic National University*

Yurii Dziurakh,

*PhD (Public Administration), Associate Professor of the Department of Administrative and Financial Management
Lviv Polytechnic National University*

ANALYZING THE SOIL MONITORING SYSTEM ACTIVITIES IN UKRAINE

The article reveals that the anthropogenic impact on the environment in Ukraine, including land resources, is constantly increasing. Modern use of Ukraine's natural resources does not meet the requirements of rational nature management – the proportion of the plowed land in Ukraine is the highest in the world. Limited and irregular systematic data on the state of soils



does not contribute to effective activities in industries that use soil as the main mean of production. Much time has passed since the period of continuous soil survey in Ukraine, so its' data is outdated. Therefore, there is a need for a new survey using modern methods and methodologies, innovative technologies and devices for monitoring the condition of soils, including the use of remote sensing.

Ukraine has a multi-level system of environmental monitoring in all natural and geographical areas, taking into account various forms of anthropogenic impact; the state system of environmental monitoring is an integral part of the national information infrastructure compatible with similar systems of other countries; environmental monitoring is carried out at four levels: local, regional, national and global; the current system of environmental monitoring in Ukraine uses various methods and criteria for assessing the state of the environment, including soils, environmental monitoring is carried out irregularly; there is no normative-legislative base of the newest organizational and information technologies application to ecologically balanced nature use, including land use.

To improve the process of environmental monitoring in Ukraine, it is proposed to introduce a system of public administration in this area, which includes the following stages: goal setting, establishing a form of government, improving regulations and laws on soil monitoring. The introduction of the relevant system will allow to systematize and coordinate the activities of public authorities, use the same methods and criteria for assessing the state of the environment, including soils, direct agreed decisions to local authorities, enterprises, farmers, NGOs and the publicity.

Keywords: *Monitoring, soils, information technology, nature management.*

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання постійно збільшується антропогенний вплив на довкілля, зокрема на земельні ресурси. За даними НАН України, близько 6,5 млн га українських ґрунтів не придатні для сільськогосподарських робіт. Загалом в Україні налічується близько 800 видів ґрунтів, понад 60 % земельного фонду країни – унікальні чорноземні ґрунти. Проте, сучасне використання земельних ресурсів України не відповідає вимогам раціонального природокористування. Розораність земель в Україні є найбільшою в світі – 57 % її території і 80 % сільськогосподарських угідь [1].

До того ж, суцільне обстеження ґрунтів в Україні проводилось давно, тому його дані застаріли. На сьогоднішній день постала потреба нового обстеження з використанням сучасних методів та методології, інноваційних технологій та приладів спостереження за станом ґрунтів, зокрема з використанням засобів дистанційного зондування. Адаптивність та нерегулярність надходження систематичних даних про стан ґрунтів не сприяє ефективній діяльності у галузях, які використовують ґрунтовий покрив як основний засіб виробництва (сільське та лісове господарство). Про це свідчить менша середня врожайність зернових в Україні, ніж в Європі, незважаючи на родючі землі.

За ринкових відносин реформування та впровадження приватної власності на землю вимагають точної та постійної інформації про якість земельних ресурсів для визначення можливостей їхнього використання у господарстві, оцінювання вартості, ведення податкової політики, моніторингу стану ґрунтів з метою недопущення їхньої деградації, підвищення ефективності вирощування різних культур, доцільності застосування інноваційних технологій тощо.

Системних та регулярних даних в межах усієї території України недостатньо. Формалізовано якісні показники стану ґрунту на конкретній ділянці можна отримати в Інституті охорони ґрунтів України – установі, яка здійснює моніторинг орних земель за основними показниками і заносить їх в агрохімічний паспорт та надає рекомендації щодо підвищення ефективності використання та збереження ґрунтового покриву. Однак, таку інформацію потребує усе більша кількість землекористувачів – від великих агрохолдингів до власників невеликих земельних ділянок.

Зміни структури землекористувачів вимагають створення системи спостереження і контролю за використанням земельних ресурсів, у тому числі стану ґрунтів, з метою своєчасного виявлення негативних змін, їхньої оцінки, своєчасного недопущення чи усунення наслідків негативних процесів. Отримати таку інформацію можна за даними постійно діючої державної системи моніторингу довкілля. Однак, така інформація надходить нерегулярно і лише на окремих ділянках території України.

Багаторівнева структура системи моніторингу довкілля призводить до використання різних методів та критеріїв оцінювання територій, що призводить до розрізної інформації; нерегулярний характер спостережень не сприяє точності та достовірності інформації про стан довкілля, який постійно змінюється; відсутня ефективна система інформаційно-аналітичного забезпечення органів виконавчої влади всіх ієрархічних рівнів у розв'язанні питань екологічно збалансованого природокористування, зокрема стану ґрунтів, та ліквідації негативних екологічних ситуацій; відсутня дієздатна система постійного безперервного еколого-економічного моніторингу у сфері природокористування, зокрема землекористування; відсутня нормативно-законодавча база застосування новітніх організаційних та інформаційних технологій до екологічно збалансованого природокористування, зокрема землекористування. Для того, щоб удосконалити процес моніторингу довкілля в Україні та досягти міжнародних стандартів у здійсненні цього процесу, необхідно запровадити систему державного управління цією сферою діяльності. Актуальною проблемою залишається моніторинг земельних ресурсів, зокрема ґрунтів, на усій території України.



Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема, які виникають при дослідженні стану земельних ресурсів, зокрема ґрунтів, присвячена велика кількість праць науковців і практиків. Наприклад, у працях М. М. Гічка [2] та В. Величко та ін. [3] обґрунтовано доцільність використання методів дистанційного зондування для моніторингу ґрунтів.

У статті С. Р. Трускавецького та ін. [4] обговорюється необхідність перегляду механізму та доцільності застосування сучасних обстежень ґрунтів з використанням геоінформаційних систем та високотехнологічних методів.

У праці О. В. Анисенко та О. С. Хапун [5] обґрунтовано доцільність розвитку сучасних геоінформаційних технологій, які є оптимальним засобом для отримання об'єктивної інформації про стан земельних ресурсів.

У статті А. Мартина [6] доведено, що актуальними та рентабельними формами здійснення моніторингу земель мають стати спеціальні зйомки та обстеження земель із застосуванням засобів супутникової та аерофотозйомки, оперативного картографування із використанням безпілотних літальних апаратів, що потребує освоєння відповідних технологій масового збирання, обробки та аналізу інформації про стан земельного фонду.

У дисертації Ю. В. Костюченко [7] здійснено оцінювання довгострокових ризиків надзвичайних ситуацій, в тому числі пов'язаних із змінами клімату та довкілля, на основі застосування даних дистанційного зондування землі.

У статті Н. Б. Александрова та І. С. Педак [8] проаналізовано зарубіжний досвід використання та доцільність застосування геоінформаційних систем для моніторингу ґрунтів.

У науково-методичній праці [9] доведено, що системне управління родючістю ґрунтів передбачає об'єктивну діагностику агроecологічного стану елементів родючості, а також запропоновано інноваційний підхід щодо діагностування та оптимізації основних елементів родючості.

У дослідженні В. В. Медведєва [10] з'ясовано, що доцільно застосовувати просторово-часову систему спостережень за властивостями ґрунтів на постійних майданчиках з використанням широкої програми індикаторів з метою створення інформаційно-аналітичних баз даних, районування й виокремлення проблемних територій, прогнозу розвитку ґрунтів.

Ці дослідження свідчать про потребу та доцільність застосування дистанційних засобів моніторингу ґрунту.

У практичній діяльності землекористувачів підтверджено використання систем дистанційного моніторингу ґрунту такими приладами, як Greenbe, яка, за свідченнями розробників, здатна збільшити урожайність та ефективність вирощування сільськогосподарських культур. Результати тестування цієї системи вказують, що з її допомогою можна миттєво отримувати дані про вологість та температуру ґрунту тощо. Результативність використання системи Greenbe: витрати води для поливання ділянки зменшуються на 30%, а урожайність збільшується на 15% [11].

Низка компаній в Україні та у світі пропонують послуги з агрохімічного аналізу ґрунту, зокрема, Агроексперт, в якій зразки ґрунту після відбору на ділянці замовника відправляють на перевірку в лабораторію Yara Megalab в Англії, що не забезпечує постійного моніторингу його стану [12]. Агрохімічна лабораторія ПП «Поділля-Агрохімсервіс» надає повний комплекс послуг, пов'язаних з традиційним та точним землеробством, яка має сертифікат визнання вимірювальних можливостей та акредитована ДП «Черкаський науково-виробничий центр стандартизації, метрології та сертифікації» [13]. Вимірювальна екологічна лабораторія ТзОВ «Компанія «Центр Лтд», що у Львові, пропонує виконання низки сертифікованих робіт і послуг, зокрема, щодо комплексного аналізу ґрунту [14]. Аналітична лабораторія «Агротест» надає повний комплекс послуг, пов'язаних з традиційним та точним землеробством [15]. Американська лабораторія Wardlab здійснює широкий спектр тест-аналізів щодо продуктивності ресурсів, зокрема ґрунту, надає повний звіт про свої висновки та рекомендує коригувальні заходи. На сайті лабораторії зазначені ціни на послуги лабораторії, що дуже зручно [16]. Однак, постійний моніторинг зміни показників стану ґрунту такі компанії не здійснюють.

Мета і завдання дослідження: проаналізувати стан діяльності системи моніторингу ґрунтів України та розробити рекомендації щодо її покращення.

Виклад основного матеріалу. Інтенсивне використання земельних ресурсів в Україні призводить до деградації ґрунтів, зменшення їхньої родючості, що негативно позначається на ефективності ведення сільськогосподарського та лісового господарств. Тому нагальною потребою сьогодення є розроблення та широкого використання систем моніторингу ґрунтів, адже постійного спостереження на державному рівні не ведеться, а лише періодичне.



На теперішній час в Україні моніторинг ґрунтів здійснюють в межах державної системи моніторингу довкілля, діяльність якої регулюється на підставі низки законодавчих актів, як-от: Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» [17]; постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про моніторинг земель» [18]; наказ Міністерства аграрної політики України «Про затвердження Положення про моніторинг ґрунтів на землях сільськогосподарського призначення» [19] та ін.

В рамках законодавчих актів передбачено, що система моніторингу ґрунтів на землях сільськогосподарського призначення є складовою частиною державної системи моніторингу довкілля, а моніторинг ґрунту здійснюють з використанням даних, зокрема дистанційного зондування [17].

Результативність управління охороною довкілля і природокористування значною мірою залежить від якості і повноти екологічної інформації. Частина такої інформації концентрується у Держкомстаті України, Національній доповіді про стан довкілля, отримується з екологічного паспорта, що заповнюється підприємствами, та з обов'язкової статистичної звітності, а також агрохімічного паспорта земельних ділянок. Агрохімічна паспортизація орних земель проводиться раз у 5 років, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень – через кожні 5–10 років, а також на бажання землевласника, землекористувача, при зміні власника земель сільськогосподарського призначення [17]. Отож, постійних, безперервних спостережень за станом ґрунту не передбачено. Системний моніторинг стану ґрунту необхідний землевласнику не лише для покращення урожайності, але й для прогнозування, попередження і усунення наслідків надзвичайних ситуацій та визначення впливу небезпечних факторів.

В Україні функціонує багаторівнева система моніторингу довкілля в усіх природно-географічних зонах з урахуванням різних форм антропогенного впливу. Складовою частиною національної інформаційної інфраструктури, сумісної з аналогічними системами інших країн, є державна система моніторингу довкілля.

Моніторинг довкілля здійснюється Мінагрополітики (ґрунтів сільськогосподарського використання), Міндовкіллям (ґрунтів на природоохоронних територіях (вміст ЗР, у тому числі радіонуклідів), ДАЗВ (крім державного моніторингу вод), Держгеонадрами, Мінрегіоном, ДКА, а також ДСНС, Держлісагентством (ґрунтів земель лісового фонду), Держводагентством, Держгеокадастром (ґрунтів і ландшафтів) та їх територіальними органами, підприємствами, установами та організаціями, що належать до сфери їх управління, обласними, Київською та Севастопольською міськими держадміністраціями, а також органом виконавчої влади Автономної Республіки Крим з питань охорони навколишнього природного середовища. Фінансування робіт із створення і функціонування системи моніторингу та її складових частин здійснюється відповідно до порядку фінансування природоохоронних заходів за рахунок коштів, передбачених у державному та місцевих бюджетах згідно із законодавством [18]. Отож, інформація про стан земель, зокрема ґрунтів, та поширення окремих видів деградаційних процесів в Україні збираються різними суб'єктами моніторингу із використанням різних методик та критеріїв оцінювання, моніторинг відбувається нерегулярно та не на усій території. Тому вкрай проблематично їх зіставляти, визначити, які саме ділянки території уражені та частку деградованих земель країни.

Основними завданнями системи моніторингу антропогенних змін навколишнього середовища є довгострокові систематичні спостереження за станом довкілля; аналіз екологічного стану довкілля та прогнозування його змін; інформаційно-аналітична підтримка прийняття рішень у галузі охорони довкілля, раціонального використання природних ресурсів та екологічної безпеки; інформаційне обслуговування органів державної влади, органів місцевого самоврядування, а також забезпечення екологічною інформацією населення країни і міжнародних організацій [18].

У кінці ХХ ст. у всіх розвинутих країнах світу були створені національні екоінформаційні системи, які об'єднали національні системи моніторингу атмосфери, водних ресурсів, ґрунтів та інших компонентів навколишнього природного середовища, а також системи збору й аналізу географічно прив'язаної інформації щодо антропогенних навантажень і стану здоров'я населення. Завдяки появі нових інформаційних технологій і розвитку мережі Інтернет ці системи були об'єднані в єдину екоінформаційну систему, на серверах якої зберігаються величезні обсяги інформації про стан довкілля планети Земля, що були отримані за допомогою систем екологічного моніторингу.

Екологічний моніторинг здійснюється на чотирьох рівнях:

1) локальному – на території окремих об'єктів (підприємств), міст, ділянках ландшафтів. Для ефективного контролю за забрудненням атмосфери в містах із населенням до 100 тис. осіб контрольних станцій доцільно мати принаймні три; від 100 тис. до 300 тис. осіб – не менше п'яти, від 300 тис. до 500 тис. – сім; тоді як у населеному пункті з населенням понад 1 млн осіб – 11–24 пункти;

2) регіональному – в межах адміністративно-територіальних одиниць, на територіях економічних регіонів, де отримують дані про забруднення атмосфери і водойм від міських і промислових контрольних станцій;

3) національному – в межах території країни загалом моніторинг означає статистичну обробку та аналіз даних про забруднення довкілля від регіональних систем, зі штучних супутників землі та космічних орбітальних станцій. Вони функціонують разом зі службою погоди Держкомгідромету України і здійснюють прогноз якості довкілля на великих територіях країни;

4) глобальному – загальнопланетарні системи моніторингу довкілля використовують для досліджень і охорони природи та здійснюють на основі міжнародних угод у цій сфері. Низка країн має мережу наземних станцій, на яких здійснюються безперервний відбір та аналіз проб на наявність в атмосфері забруднювальних речовин, CO₂, CO, пилу, свинцю, радіонуклідів тощо.

У процесі впровадження земельної реформи, коли розширилось коло землевласників, які потребують спеціальної інформації, зокрема щодо стану ґрунтів, доцільно на базі державної системи моніторингу довкілля організувати постійний моніторинг для спостереження і контролю за станом природних ресурсів, зокрема ґрунтів, і довкілля в усіх природно-географічних зонах України з урахуванням різних форм антропогенного впливу.

Важливим заходом у вирішенні проблем щодо покращення моніторингу довкілля може стати створення інформаційного центру України з питань екологічно збалансованого природокористування, підрозділами якого мають стати відповідні інформаційні центри регіональних та місцевих органів влади.

Створення Інформаційного центру України з питань екологічно збалансованого природокористування, зокрема землекористування, дасть змогу істотно поліпшити оперативність державного управління у сфері природокористування. Цьому сприятиме: реєстрація, оперативний аналіз та оцінка економічної доцільності експлуатації природних ресурсів, зокрема земельних, локальних територій у кількісному і якісному аспектах; наявність інформаційних баз даних про природні об'єкти, що потребують особливого нагляду за обсягом їх господарського використання; підготовка оптимальних варіантів рішень для уникнення екологічного ризику; забезпечення інформаційного та управлінського взаємозв'язку всіх гілок влади держави; здійснення контролю за виконанням прийнятих рішень та створення на основі цього відповідного нормативно-законодавчого середовища.

Для удосконалення процесу моніторингу навколишнього природного середовища, зокрема ґрунтів, доцільно запровадити систему державного управління моніторингом довкілля України, враховуючи спостереження за станом ґрунтів, яку можна зобразити у вигляді схеми, яка зображена на рисунку.



Рис 1. Система державного управління моніторингом довкілля

Джерело: складено авторами.



Запровадження системи державного управління моніторингом довкілля України дасть змогу систематизувати та узгоджувати діяльність державних органів влади, використовувати однакові методики та критерії оцінювання стану довкілля, зокрема ґрунтів, скеровувати узгоджені рішення до місцевих органів влади, підприємств, фермерів, громадських організацій та населення.

Висновки. У результаті проведеного дослідження, з'ясовано: в Україні функціонує багаторівнева система моніторингу довкілля в усіх природно-географічних зонах України з урахуванням різних форм антропогенного впливу. Складовою частиною національної інформаційної інфраструктури, сумісної з аналогічними системами інших країн, є державна система моніторингу довкілля. Багаторівнева структура системи моніторингу довкілля призводить до використання різних методів та критеріїв оцінювання територій, що призводить до розрізної інформації; нерегулярний характер спостережень не сприяє точності та достовірності інформації про стан довкілля, який постійно змінюється; відсутня ефективна система інформаційно-аналітичного забезпечення органів виконавчої влади всіх ієрархічних рівнів у розв'язанні питань екологічно збалансованого природокористування, зокрема стану ґрунтів, та ліквідації негативних екологічних ситуацій; відсутня дієздатна система постійного безперервного еколого-економічного моніторингу у сфері природокористування, зокрема землекористування; відсутня нормативно-законодавча база застосування новітніх організаційних та інформаційних технологій до екологічно збалансованого природокористування, зокрема землекористування.

Для того, щоб удосконалити процес моніторингу довкілля в Україні та досягти міжнародних стандартів у здійсненні цього процесу, необхідно запровадити систему державного управління цією сферою діяльності.

Література:

1. Ґрунтові ресурси України: сучасний стан, деградація, охорона. URL: <https://agropolit.com/infographics/view/93> (дата звернення: 11.02.2022).
Gruntovi resursy Ukrainy: suchasnyi stan, dehradatsiia, okhoroona <<https://agropolit.com/infographics/view/93>> (2022, February, 11).
2. Гічка М. М. Наукове обґрунтування використання методів дистанційного зондування в моніторингу ґрунтів: дис... канд. с.-г. наук: 06.01.03. Національний науковий центр «Інститут ґрунтознавства та агрохімії ім. О. Н. Соколовського». Харків, 2007. 191 с.
Nishka M.M. *Naukove obgruntuvannia vykorystannia metodiv dystantsiinoho zonduvannia v monitorynhu gruntiv* [Scientific substantiation of the use of remote sensing methods in soil monitoring]: dys... kand. s.-h. nauk: 06.01.03. Natsionalnyi naukovyi tsentr «Instytut gruntoznavstva ta ahrokhimii im. O. N. Sokolovskoho». Kharkiv, 2007. 191 [in Ukrainian]
3. Величко В., Мартин А., Новаковська І. Моніторинг ґрунтів України – проблеми землевпорядного, ґрунтознавчого та наукового забезпечення. *Bulletin of Agricultural Science*. 2020. № 98. С. 7. URL: <https://doi.org/10.31073/agrovisnyk202007-01>.
4. Velychko V., Martyn A., Novakovska I. (2020). Monitorynh gruntiv Ukrainy – problemy zemlevporiadnoho, gruntoznavchoho ta naukovooho zabezpechennia. [Soil monitoring of Ukraine – problems of land management, soil science and scientific support]. *Bulletin of Agricultural Science*. 98. 7 <<https://doi.org/10.31073/agrovisnyk202007-01>> [in Ukrainian]
5. Трускавецький С. Р., Биндюч Т. Ю., Вяткін К. В., Шерстюк О. І., Коляда Л. П. Прогресивний підхід до традиційних великомасштабних обстежень ґрунтів. *Агрохімія і ґрунтознавство*. 2017. № 86. С. 58–63.
Truskavetskyi S.R., Byndych T.Yu., Viatkin K.V., Sherstuk O.I., Koliada L.P. (2017). Prohresyvnii pidkhid do tradytsiinykh velykomasshtabnykh obstezhen gruntiv. [Progressive approach to traditional large-scale soil surveys]. *Ahrokhimii i gruntoznavstvo*. [Agrochemistry and soil science]. 86. 58-63 [in Ukrainian]
6. Анисенко О. В., Хапун О. С. Розвиток моніторингу в системі управління земельними ресурсами. *Агросвіт*. 2018. № 8. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/8_2018/5.pdf.
7. Anysenko O. V., Khapun O. S. (2018). Rozvytok monitorynhu v systemi upravlinnia zemelnymy resursamy. [Development of monitoring in the land management system]. *Ahrosvit*. [Agricultural world]. 8 <http://www.agrosvit.info/pdf/8_2018/5.pdf> [in Ukrainian]
8. Мартин А. Реформування системи моніторингу земель в Україні: напрями та механізми. *Земельний вісник України*. 2017. URL: <http://zemvisnuk.com.ua/news/propozits-vchenikh>.
9. Martyn A. (2017). Reformuvannia systemy monitorynhu zemel v Ukraini: napriamy ta mekhanizmy. [Reforming the land monitoring system in Ukraine: directions and mechanisms]. *Zemelnyi visnyk Ukrainy*. [Land Bulletin of Ukraine]. <<http://zemvisnuk.com.ua/news/propozits-vchenikh>> [in Ukrainian]
10. Костюченко Ю. В. Комплексування даних супутникових спостережень і математичного моделювання в задачах оцінки геоєкологічних ризиків і безпеки: дисертація на здобуття наук. ст. докт. техн. наук: 05.07.12. Дистанційні аерокосмічні дослідження. Державна установа «Науковий центр аерокосмічних досліджень Землі ІГН НАН України». Київ, 2017. URL: <https://www.casre.kiev.ua/images/files/paper-kostyuchenko.pdf>.
11. Kostyuchenko Yu. V. *Kompleksuvannia danykh suputnykovykh sposterezhen i matematychnoho modelivannia v zadachakh otsinky heoekolohichnykh ryzykiv i bezpeky* [Complexation of satellite observation data and mathematical



modeling in geocological risk and safety assessment tasks]: dysertatsiia na zdobuttia nauk. st. dokt. tekhn. nauk: 05.07.12 – Dystantsiini aerokosmichni doslidzhennia. – Derzhavna ustanova «Naukovyi tsentr aerokosmichnykh doslidzhen Zemli IHN NAN Ukrainy», Kyiv, 2017 [in Ukrainian]

8. Александрова Н. Б., Педак І. С. Системи моніторингу стану агроресурсів за допомогою ГІС-технологій. *Право та державне управління*. 2018. № 1 (30). С. 2. URL: <http://www.pdu-journal.kpu.zp.ua/index.php/archiv?id=44>.

Aleksandrova N.B., Pedak I.S. (2018). Systemy monitorynhu stanu ahroresursiv za dopomohoiu HIS-tehnolohii. [Systems for monitoring the state of agricultural resources using GIS technologies]. *Pravo ta derzhavne upravlinnia*. [Law and public administration]. 1 (30). 2 <<http://www.pdu-journal.kpu.zp.ua/index.php/archiv?id=44>> [in Ukrainian]

9. Моделі системного управління потенціалом родючості ґрунтів (на прикладі Харківської і Волинської областей) / за наук. ред. С. А. Балюка, Р. С. Трускавецького. Харків : Стильна типографія, 2018. 116 с.

Modeli systemnoho upravlinnia potentsialom rodiuchosti gruntiv (na prykladi Kharkivskoi i Volynskoi oblastei) [Models of system management of soil fertility potential (on the example of Kharkiv and Volyn regions)] (2018). Za nauk. red. S.A. Baliuka, R.S. Truskavetskooho. Kharkiv: Stylina typhografiia. 116 [in Ukrainian]

10. Медведєв В. В. Методологія ефективного моніторингу ґрунтового покриття (на основі аналізу 25-річного європейського досвіду). *Gruntoznavstvo*. 2016. № 17. С. 3–4. URL: <http://www.10.15421/041609>.

Medvediev V.V. (2016). Metodolohiia efektyvnoho monitorynhu gruntovoho pokryvu (na osnovi analizu 25-rychnoho yevropeiskoho dosvidu). [Methodology of effective soil monitoring (based on the analysis of 25 years of European experience)]. *Gruntoznavstvo*. 17, 3-4. <<http://www.10.15421/041609>> [in Ukrainian]

11. Система дистанційного моніторингу ґрунту Greenbe може підвищити врожайність та ефективність. URL: <https://superagronom.com/news/2258-sistema-distantsiynogo-monitoringu-gruntiv-greenbe-zdatna-zbilshiti-urojajnist-ta-efektivnist-viroschuvannya-kultur> (дата звернення: 12.02.2022).

Systema dystantsiinoho monitorynhu gruntu Greenbe mozhe pidvyshchyty vrozhaunist ta efektyvnist <<https://superagronom.com/news/2258-sistema-distantsiynogo-monitoringu-gruntiv-greenbe-zdatna-zbilshiti-urojajnist-ta-efektivnist-viroschuvannya-kultur>> (2022, February, 12) [in Ukrainian]

12. Агро експерт: група компаній. URL: <https://agro-e.com.ua/digital-agronom> (дата звернення: 12.02.2022).

Ahro ekspert: hrupa kompanii <<https://agro-e.com.ua/digital-agronom>> (2022, February, 12) [in Ukrainian]

13. Агрохімічна лабораторія ПП «Поділля-Агрохімсервіс». URL: <https://podilagrohimservis.com.ua/ahrokhimichna-laboratoriya> (дата звернення: 08.02.2022).

Ahrokhimichna laboratoriia PP «Podillia-Ahrokhimservis» <> (2022, February, 08) [in Ukrainian]

14. Вимірювальна екологічна лабораторія ТзОВ «Компанія «Центр Лтд». URL: <https://center-ltd.com.ua> (дата звернення: 12.02.2022).

Vymiriuvalna ekolohichna laboratoriia TzOV «Kompaniia «Tsentr Ltd» <<https://center-ltd.com.ua>> (2022, February, 12) [in Ukrainian]

15. Аналітична лабораторія «Агротест». URL: <https://agrotest.com/pro-laboratoriyu> (дата звернення: 13.02.2022).

Analitychna laboratoriia «Ahrotest» <<https://agrotest.com/pro-laboratoriyu>> (2022, February, 13) [in Ukrainian]

16. Лабораторія Wardlab. URL: <https://www.wardlab.com/services/soil-health-analysis> (дата звернення: 13.02.2022).

Laboratoriia Wardlab <<https://www.wardlab.com/services/soil-health-analysis>> (2022, February, 13) [in Ukrainian]

17. Закон «Про охорону навколишнього природного середовища» (1990). Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 13.02.2022).

Zakon «Pro okhoronu navkolyshnoho pryrodnoho seredovyshcha» (1990) (Verkhovna Rada Ukrainy). Ofitsiynyi sait Verkhovnoi Rady Ukrainy [The official website of the Verkhovna Rada of Ukraine]. (2022, February, 13) [in Ukrainian]

18. Постанова «Про затвердження Положення про моніторинг земель» (1993). Кабінет Міністрів України. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/661-93-p> (дата звернення: 18.02.2022).

Postanova «Pro zatverdzhennia Polozhennia pro monitorynh zemel» (1993). (Kabinet Ministriv Ukrainy). Ofitsiynyi sait Verkhovnoi Rady Ukrainy. [The official website of the Verkhovna Rada of Ukraine] (2022, February, 18) [in Ukrainian]

19. Наказ «Про затвердження Положення про моніторинг ґрунтів на землях сільськогосподарського призначення» (2004). Міністерство аграрної політики України. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0383-04> (дата звернення: 18.02.2022).

Nakaz «Pro zatverdzhennia Polozhennia pro monitorynh gruntiv na zemliakh silskohospodarskoho pryznachennia» (2004). (Ministerstvo ahramnoi polityky Ukrainy) Ofitsiynyi sait Verkhovnoi Rady Ukrainy. [The official website of the Verkhovna Rada of Ukraine] <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0383-04>> (2022, February, 18) [in Ukrainian]

**ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
ГАЛУЗЯМИ ТА ПІДПРИЄМСТВАМИ**



Отримано: 18 травня 2022 р.

Прорецензовано: 14 червня 2022 р.

Прийнято до друку: 17 червня 2022 р.

e-mail: michaladam.lesniewski@wp.pl

pdzikan@interia.eu

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-25(53)-12-17

Leśniewski M. A., Dziekański P., Puchala J. Multi-level marketing of enterprises – the world and Poland. Theoretical perspective. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»* : науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, червень 2022. № 25(53). С. 12–17.

УДК: 339.33

JEL-класифікація: M31

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0003-2411-8911>ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0003-4065-0043>**Michał Adam Leśniewski,**

Ph.D, Krakow Academy of Andrzej Frycz Modrzewski, Faculty of Management and Social Communication, Institute of Management and Quality, avenue Gustawa Herlinga-Grudzińskiego 1, 30-705 Krakow (Poland)

Paweł Dziekański,

Ph.D, Jan Kochanowski University, Faculty of Law and Social Sciences, Department of Economics and Finance, Żeromskiego 5 street, 25-700 Kielce (Poland)

Jan Puchala,

Magister, ArmadaClinik, Topografów 11 street, Kraków (Polska)

MULTI-LEVEL MARKETING OF ENTERPRISES – THE WORLD AND POLAND. THEORETICAL PERSPECTIVE

The development of marketing activities of enterprises is manifested in numerous concepts that enable them to gain and maintain a competitive advantage on the market. One of such concepts is multi-level marketing, which is a form of goods distribution, i.e. reaching the customer directly in order to sell products / services to him. An important element of multi-level marketing is that it avoids the classic forms of distribution in the form of wholesalers, shops or salesmen. The aim of the study is to present the importance of multi-level marketing in enterprise management in a market economy. The study is based on a study of the literature of the subject enriching the achievements of management and quality sciences.

Keywords: multi-level marketing.

Лешнівський Міхал Адам,

Доктор філософії, Краківська академія ім. Анджея Фрича Моджеєвського. Факультет менеджменту і соціальних комунікацій, Інститут менеджменту і якості. Пр. Густава Херлінга-Грудзінського, 1, 30-705, Краків (Польща)

Дзеканський Павел,

Доктор філософії, Університет Яна Кохановського. Факультет права і соціальних наук. Кафедра економіки і фінансів. Вул. Жеромського, 5, 27-500, Кельце (Польща)

Пухала Ян,

Magister, ArmadaClinik, вул. Топографів, 11, Краків (Польща)

БАГАТОРІВНЕВИЙ МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ – СВІТ І ПОЛЬЩА. ТЕОРЕТИЧНА ПЕРСПЕКТИВА

Розвиток маркетингової діяльності підприємств висвітлений у чисельних концепціях, які дозволяють їм отримати і зберегти конкурентну перевагу на ринку. Однією з таких концепцій є багаторівневий маркетинг, який є своєрідною формою розповсюдження товарів, тобто прямого доступу до клієнта з метою безпосереднього продажу товарів/послуг. Важливим елементом багаторівневого маркетингу є те, що в його рамках намагаються уникнути класичних форм розповсюдження товарів у вигляді оптових продаж, магазинів чи продавців. Мета дослідження: представити значення багаторівневого маркетингу в управлінні підприємством в умовах ринкової економіки. Дослідження ґрунтується на теоретичному аналізі літератури з предмету, що збагачує досягнення менеджменту та наук про якість.

Ключові слова: багаторівневий маркетинг.

1. Introduction

Multi-level marketing is currently one of the methods of introducing products to the market [1; p. 119]. It is a significant vehicle of product management in the first and second decades of the 21st century, thanks to which you can get unlimited financial and personal development opportunities. It functions thanks to the same "natural structure" that gives a person the strength to lead the development of the enterprise. In multi-level marketing, the



principle of "feedback" works in a transparent and legible manner. Success or failure is a direct result of your own actions. The strength of this marketing can be seen in multi-level structures, as we are dealing with a partnership system: "won – won". The aim of the study is to present the problem of the importance of multi-level marketing in enterprise management in a market economy. The study is based on a study of the subject literature and enriches the achievements of management and quality sciences.

2. The essence and importance of multi-level marketing

Multi-level marketing has many names and translations. We can call it: network marketing, multi-level marketing, network marketing [8; pp. 105-123]. Multi-level marketing is a way of operating and managing a company in the conditions of a market economy. D. Failla in his book entitled *A 45-second, life-changing presentation* describes that it is the transfer of a service or product from the producer / manufacturer to the final recipient / customer. The word multi-level refers to the remuneration system through which a product or service is delivered. Multi-level means that remuneration for entrepreneurs operating in an enterprise comes from many levels [5; p. 12].

Defining a multi-level marketing system is widely described in the literature on the subject as [6]:

1) the 1st form of sales in network marketing takes place away from the chain of stores. Direct contact between the distributor and the customer is the key of network marketing. The buyer may choose goods that are attractive to him that are not available in stores,

2) network marketing is a branch of direct selling. The manager has the ability to build his own structures of associates, from whose turnover he gets additional commissions. Who works in network marketing has a choice to whom and how they sell the company's products,

3) multi-level marketing is a way of distributing products or services, which consists in the maximum shortening of the path between the producer of a product and the final recipient, i.e. the customer, and the use of advertising for this through a network of distributors and customers.

In a traditional company, to inform the customer about a product / service, various methods of promotion are used by means of such instruments as: trade fairs, TV, radio, Internet or paper / Internet press [7; pp. 333-355]. It is different in multi-level marketing. In this marketing, information about a product spreads only by human means, a person transmits information to the next. Many sources on multi-level marketing say that this system uses direct sales, but there are theories to the contrary. Opponents of this theory believe that direct sales take place only when the producer of a given product sells the product on his own. The form of product distribution in a multi-level marketing system consists in reaching directly from the seller to the customer. It can be said that this system is derived from direct selling, which is the oldest way of trading, however network marketing has significantly revolutionized this way. All intermediaries, such as wholesalers, distributors, dealers, export agents, are bypassed here. Thanks to this, companies operating in the multi-level marketing system often save quite a bit of money [12].

The concept that companies use in multi-level marketing is relatively simple. The parent company is responsible for product manufacturing, product development, procurement, premises, storage are fixed costs. Entrepreneurs are responsible for ensuring that the information about the product reaches many potential customers. The money that should actually be spent on the marketing of the company goes to the people who build their own business, who care about the company's marketing. An entrepreneur in multi-level marketing does not have to worry about many important factors that an entrepreneur in a traditional organization should worry about.

An important feature when choosing a company in a multi-level marketing system is the product. A product created by corporations should be of the highest quality in order to attract as many customers as possible. Guided by the thought that multi-level marketing is not about canvassing and the product will be sold in small quantities only to family and friends, it is worth paying attention to the fact that the product is clearly, well-consumed (well displayed). Thanks to this, the lack of random buyers is avoided, because family and friends will buy the product again if it wears out after some time and meets their expectations [2; pp. 1643-1662].

3. Multilevel Marketing in the World

In economics or management, you can meet such concepts as the life cycle of a product, commodity or sector. It is taking into the framework of subsequent phases of development of a given thing or activity. The multi-level marketing industry is also subject to this type of strategic analysis and it is called the industry development cycle. Understanding the course of the subsequent phases of the cycle allows you to choose the right moment to join the business. As business continues to evolve and become more and more complex, the life cycle theory has changed over the years. In 1975 we meet for the first time the term of an industrial development cycle outlined by J. Utterback and W. Abernathy. They defined three phases of the product and innovation life: Liquid phase, Transition phase and Specification phase, later referred to as the mature phase.

The beginnings of multi-level marketing date back to around 1940 in the USA. However, it all began with the development of world trade. In the nineteenth century, the first peddlers, itinerant traders and sellers of



small shops appeared. W. Grant was the first to connect many small shops to create one big shop. However, he gave up further activity, forced by the lobbying of traders of small shops. From that moment on, retail chains began to appear and develop more and more often. Some salespeople have started forming the first direct selling organizations. At the end of the 19th century, there were already many businesses that used direct contact with the client [11; pp. 396-430]. In fact, the industry flourished around 1980. One of the first and most famous entrepreneurs was H. J. Heinz, the itinerant salesman who started the organization with more than 400 associates. He distributed a variety of plant products to people who did not grow their own. H. Heinz became famous around the world at the end of the 18th century for the production of tomato sauce called ketchup. The next entrepreneur was A. G. Candler, who purchased a syrup recipe from the pharmacist J. Pemberton in 1886. He distributed this syrup in his restaurants and so created the Coca-Cola concern. In 1868, J. R. Watkins founded J. R. Watkins Medical Company, the largest company in North America to distribute natural remedies directly to consumers. It is the oldest direct selling company operating on the American market to date. It currently employs 25,000 independent distributors and offers nearly 400 products. The invention of the telephone by G. Bell in 1878 enabled interpersonal communication, and thus commercial contacts and the expansion of commercial networks in a larger area. Likewise, G. Marconi, by creating the first radio in the world, helped spread trade and promote it in later times, also via radio. Another example of a retail chain was the California Perfum Company based in New York. Founded in 1890 by D. McConnel. As the company grew, in 1906 it employed approximately 10,000 independent sales representatives distributing 117 different types of products. In 1937, the California Perfum Company changed its name to Avon Products [11; pp. 396-430].

Since 1980, we have been dealing with the development phase of network marketing in the world. It initiated the process of introducing new concepts, structures and methods. A number of new products / services and innovations were introduced. At the end of the twentieth century, the development of computerization and the beginnings of the Internet, gave the economy a new field for action and the flourishing of many forms of online sales. At the end of the 1990s, in the United States of America (USA) as many as 10 million people were involved in direct sales, and most of them were multi-level marketing. Following the example of the United States of America, network marketing has developed in other countries as well. One of the international pioneers was H. Crook, who founded the company Kleeneze Homecare in 1923 in Bristol, Great Britain. In 1969, he introduced an innovative change to the company's operating system. Taking inspiration from Amway, he decided to change the system of one-level direct selling to multi-level marketing [14; pp. 37-44].

However, in Europe, each country adopted network marketing in its own way, which caused markets to expand unevenly. Some very quickly, thanks to which companies achieved significant financial results. Unfortunately, in other markets, companies had to adapt to local regulations and prejudices regarding new forms of business or new entrepreneurs. At the end of the 1990s, every country in Europe had its own network marketing industry and knew how to develop a company in this market. The number of people working in multi-level marketing reached US \$ 5 million, generating profits of over US \$ 12 million in sales turnover. In 2007, the European Direct Selling Association was established in Europe, which was founded on the initiative of national associations from Austria, Belgium, Germany and Switzerland. The network marketing activity has reached Africa and the rest of the world as well. The markets in South America and Israel are very strong. They are thriving in Nigeria. Companies are slowly blazing a trail in the world's less capitalist democracies. The results of the expansion are not systematized anywhere, so it is not yet possible to clearly define the development of the industry in other countries, but the development in Dubai, Morocco or Kenya is slowly being heard [15; pp. 474-510].

4. The beginnings of the development of multi-level marketing in Poland

In Poland, multi-level marketing is an industry that shapes its development. The first companies registered as limited economic companies operating in the multi-level marketing industry date back to the 1990s. During this period, the market quickly adopted trends and new ideas for making money. Many network marketing companies started the expansion of Poland, mainly from Western Europe and the United States of America. Unfortunately, the start was not successful, because people with no knowledge and experience in business started working in the industry. All training attempts turned out to be inappropriate to the Polish mentality and reality. Often, training materials were translated literally, which did not reflect the sense of the business. Additionally, many unethical methods and techniques have had a negative impact on the image of multi-level marketing. People accused of running a Ponzi structure, when discovered in a given country, transferred their illegal systems to other new unconscious markets [13; pp. 1-19]. This was also the case in Poland during the political changes, when financial pyramids were confused with legal systems of multi-level marketing. One of the important events in the multi-level marketing industry is the formation of direct selling associations. In 1978, the World Federation of Direct Selling Associations was established, currently bringing together Direct Selling Associations from 59 different countries, including the Polish Direct Selling Association (PSSB), operating since 1994. Representatives of all member



associations meet annually to discuss the main principles of WFDSA's conduct in promoting direct selling. One of PSSB's significant successes is the adoption of the Direct Selling Code in 1995. This code was modeled on the WFDSA and FEDSA codes. It was in many respects ahead of the later provisions on the protection of consumer rights. It can be concluded that in Poland, multi-level marketing is in the phase of continuous development. There are already many large and experienced companies that have paved the way [10; p. 10]. Among them in the 90s of the twentieth century there were unknown foreign companies as well as recognized pioneers of the market with financial results counted in hundreds of millions of zlotys and a large number of registered distributors. More and more foreign companies are trying to establish themselves in Poland and are expanding their sales networks. However, there are also strong Polish competitors based on Polish capital. These include A.T.W., Colway, and FM Group, which left only the organizational and financial structure of the American systems. Information on multi-level marketing appearing in the Polish media and press contribute to the fact that direct sales and multi-level marketing are becoming an increasingly well-known and popular form of sales. Many companies are beginning to adapt their systems to this product distribution channel, thus increasing the number of people satisfied with this system and the possibility of saving and earning money in Poland [10; p. 10]. In Poland, this number is concentrated around 100. These are mainly Oriflame Poland Sp. z o. o., FM GROUP WORLD Andrzej Trawiński Spółka Komandytowa, Amway Polska Sp. z o. o., FM GROUP POLSKA Artur Trawiński, DSA Financial Group S.A., Vorwerk Polska Sp. z o. o., Akuna Polska Sp. z o. o., Tupperware Polska Sp. z o. o., Mary Kay Cosmetics Poland Sp. z o. o., HERBALIFE Polska Sp. z o. o. and Flavon Group Polska Sp. z o. o.. The offer of these companies includes: cosmetics, perfumes, fashion items, household appliances, nutritional supplements, dietary products, jewelry, financial products, insurance products, compensation, water filters, trips, accessories, underwear, household chemicals, as well as telecommunications services, online stores or language courses [9; p. 34].

5. Multi-level marketing and the functioning of small enterprises

The multi-level marketing system that gives the possibility of running a business has become a concept of running a business. The basic limitation, such as capital for starting your own business in the multi-level marketing system, is eliminated. Entrepreneurs in this marketing do not need to spend a lot of money to start, but they have to spend time building a structure, which requires determination and self-discipline. In this case, the lack of a real boss can be both a disadvantage and an advantage, because no one will say what and how much we have to do on a given day, managers have to set milestones themselves and strive to achieve them. The main features that distinguish multi-level marketing from traditional business are the most frequently mentioned [10; p. 10]:

- 1) relatively low initial capital of the investment;
- 2) working with people who like what they do;
- 3) relatively short path to success;
- 4) a guarantee of success for anyone who really wants to achieve it.

There are many differences between operating in a multi-level marketing system and operating in a traditional enterprise. Nowadays, creating a high-quality product is not a big problem because the most important link is distribution. The term distribution means all activities related to the delivery of a product / service from the producer / producer to the customer. The remaining percentages are expenditure on promotions and the distribution path. You can find that there are a number of differences in network marketing, but a few are related to distribution. The first element in the difference between multi-level marketing distribution and traditional system distribution is a completely different sales organization system. In traditional enterprises, there are a number of intermediaries between the producer and the customer, such as wholesalers, advertising agencies and retail stores. Every day we pass hundreds of billboards encouraging us to buy a given product, i.e. advertising is everywhere. It is becoming more and more difficult to take care of an advertisement that will catch our eye. Famous characters playing in advertisements advertising a given product are hired to attract our attention. In multi-level marketing, each manager is differently called a distributor and he is an advertisement [4; p. 115]. The system of obtaining and sharing profits also differs in the two distinguished ways of making money. Distributors deal with demonstrating products and earning opportunities in a given organization, advertising products and the company, selling products and acquiring new distributors. In this way, managers earn money thanks to the company's marketing plan. Their profits appear in three ways [11; pp. 396-430]. The first way is a fixed margin on the product sold. The second way is a bonus on individual turnover, i.e. after exceeding the sales level set in the marketing plan, the distributor receives a percentage of his sales. The third way that gives the greatest financial opportunities is a bonus on the turnover of the entire structure that has been built by the manager. Each manager can profit from these three ways simultaneously. By using direct sales, distributors in an organization based on network marketing seek and reach customers who buy the company's product / service. This is a completely different method than in traditional enterprises where the consumer is looking for the goods he wants to buy [4; p. 115].



6. Sales in multi-level marketing

Sales in multi-level marketing covers the area of knowledge and competences that concern [3; p. 77]:

- 1) knowledge about the company represented by the distributor, basic principles of operation, goals, strategy, position in a given market segment;
- 2) knowledge of the product offer, recipients, properties, methods of use, application;
- 3) knowledge and competences in selling, persuading, conducting a business conversation, presentation, sales techniques and other commercial competences;
- 4) knowledge and competences related to building own distributor networks, incl. acquiring new distributors and their training, motivating, team building, managing your team and acting as a team manager.

The basic tasks performed by a distributor in multi-level marketing, apart from the sales process, include building their own network of distributors. Then the distributor uses the competences related to building teams, their motivation to act, teaching, controlling and supervising the tasks carried out by individual sellers and by the group. His own level of remuneration depends on his involvement in the work of other people, whom he recruited and persuaded to join his group and sell. Unlike traditional sales, the process of recruiting distributors for multi-level marketing takes place. Practically, the recruitment and selection process used in enterprises does not apply. Sellers encourage every person showing even the slightest willingness to cooperate. It is only during work, learning and supervision that the person is assessed and feedback is provided on how to act, revealing his natural potential and developing skills that are of particular importance in achieving success in sales. Recruitment of new distributors takes place mainly among customers buying products. The distributor evaluates the potential client in terms of his predisposition to work, and then persuades him to start cooperation. It often happens that those who achieved very high compensation levels did not initially show the qualities of a good salesperson according to the marketing plan. It is only after some time that their "hidden talent" is revealed [3; p. 76]. The person who starts the business is looked after by the distributor who invited him to cooperate. Thanks to it, a newly hired person can reveal his potential and awaken some, yet undisclosed abilities. It is the distributor who tells how to dress, behave, and how to deal with problems. Selling in multi-level marketing is about learning by duplicating. The "newly recruited" distributor mimics the distributors from the higher reward levels. This can be done by copying and modeling. The principle that characterizes this sale is that only by helping others can you achieve the success of your network [3; p. 76], and also because each new distributor carefully watches his colleagues and imitates those who are the best. In companies operating on the basis of the principles of multi-level marketing, as in traditional sales, significant management activities concern mainly three areas: training, supervision and motivation. In multi-level marketing, seller training programs have several goals: sellers must know and identify well with the company they work for, be familiar with the products they sell; know customers and competitors, i.e. know the types of customers and their needs, buying motives and habits; know how to conduct an effective commercial presentation; know the scope of responsibilities and operating procedures in the area served – customer acquisition, references, brainstorming techniques, business customization. Training in motivation can also concern internal development, planning as a way to success, perseverance. In multi-level marketing, it is extremely important to know the "marketing plan", which includes the principles of remuneration and action. Task related to supervision, in the case of multi-level marketing, does not define standards for the number of contacts, but is related to encouraging the increase of these numbers by indicating their importance to the level of remuneration; it also applies to the development of patterns of visits to potential customers, as well as supervision of the sales process, including: product knowledge, market research, product presentation, sales psychology, concluding transactions, forms of incentives to buy, the value of the word "no", use of the time allocated for sale. On the other hand, in the process of motivating sellers, it is recognized that the greater the motivation of sellers, the greater their efforts, and the greater their efforts lead to better results, better results to higher remuneration, and this in turn leads to job satisfaction and satisfaction. Greater job satisfaction creates more and more motivation. Sellers working in various forms of sales are motivated by the level of remuneration, development opportunities, and the ability to meet their internal needs. When building a seller's model in direct sales, and in particular in multi-level marketing, special attention should be paid to two-way activities in this form of sales. In addition to selling, distributors / sellers are active in recruiting other people to their own networks and further work with them. The competences resulting from the implementation of this task require them to have and use those features that are closely related, inter alia, to with team building, team management, motivating, exceptional interpersonal competences, coaching, supporting the development of others, leadership. Additionally, activities in direct sales often require distributors to have their own business, and thus to run a business with which is closely related competence regarding, inter alia, entrepreneurship. It should also be emphasized that direct sales are performed outside a stationary place – a store. The point here is that it is the distributor who comes to the customer, and not vice versa, the customer to the store. So he enters the client's territory and is his guest. This



situation can be uncomfortable for the distributor and involve stressful factors, especially when it is refused or even attacked and reluctantly by the customer. Therefore, it seems that the ability to deal with stress should be of particular importance here.

7. Summary

Multi-level marketing is one of the forms of sales that is constantly developing in Poland, other countries of Central and Eastern Europe, Western Europe and the world. Anyone who does not run a business or does not have relatively large financial capital can run a business in multi-level marketing. However, the activity of multi-level marketing is not always well understood and is sometimes confused with financial pyramids. People working in multi-level marketing must work actively, intensively to regain trust among the society and show the better side of this business. Therefore, it is an activity for people who know how to work in a determined, conscientious, organized and self-controlling way. The aim of the study was to present the issue of multi-level marketing, show the stages of development of this industry in the world and indicate the situation of multi-level marketing on the Polish market and compare it with other countries in Europe. There was also basic information about multi-level marketing, from the history of its creation through the facts about multi-level marketing. This study is another contribution to the discussion on the further shape of multi-level marketing in the second decade of the 21st century.

Bibliography:

1. Bauer R., Leśniewski M. A., (2005), *Strategie marketingowe przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych*, „Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów”, nr 61, ss.119-132.
2. Bosley, S. A., Greenman, S., Snyder, S. (2020), *Voluntary disclosure and earnings expectations in multi-level marketing*, „Economic Inquiry”, vol. 58(4), pp. 1643-1662.
3. Bremner J., (1999), *Profesjonalny network marketing. Praktyczny poradnik jak tworzyć skutecznie działającą sieć*, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 1999.
4. Białecki K., (2006), *Instrumenty Marketingu*, Wydawnictwo Branta, Bydgoszcz-Warszawa-Lublin.
5. Failla D., *45-sekundowa prezentacja, która odmieni twoje życie*, Wydawnictwo Medium 2006.
6. FM Group World. Plan marketingowy. URL: <https://www.yumpu.com/xx/document/read/19284166/plan-marketingowy-fm-group> data dostępu: 04.05.2022
7. Groß, C., Vriens, D. (2019), *The role of the distributor network in the persistence of legal and ethical problems of multi-level marketing companies*, „Journal of Business Ethics”, vol. 156(2), pp. 333-355.
8. Girish, S. N., Dipa, D. (2015), *Multi-level marketing: comparative perspectives and Indian Dilemma*. „International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences”, vol. 4(5), pp.105-123.
9. Grudzień M., (2009), *Czym jest Network Marketing*, Wprost, nr 42.
10. Janiga A., Wyrzychowski M., (2005), *Marketing Sieciowy Anno Domini 2005*, Network Magazyn, nr 5.
11. Kathuria, A., Karhade, P. P., Konsynski, B. R. (2020), *In the realm of hungry ghosts: multi-level theory for supplier participation on digital platforms*, „Journal of Management Information Systems”, vol. 37(2), pp. 396-430.
12. Kheddache, S., Brika, S. (2018), *La théorie de la résolution des problèmes inventifs (triz) à l'usage de l'innovation marketing: l'innovation du multi-level marketing (mlm)*, „Annales des Sciences Sociales et Humaines de l'Université de Guelma”, vol. 23, pp. 1-23.
13. Malik, A., Sanders, K. (2021), *Managing human resources during a global crisis: A multilevel perspective*, „British Journal of Management”, vol. 10, pp.1-19.
14. Wanto, M., Lesmana, L. S. (2020), *The Effect of Multi Level Marketing Information System and Product Quality on Member Performance*, „International Journal of Management and Business”, vol.1(1), pp. 37-44.
15. Wiblen, S., McDonnell, A. (2020), *Connecting 'talent' meanings and multi-level context: A discursive approach*, „The International Journal of Human Resource Management”, vol. 31(4), pp. 474-510.

Отримано: 16 травня 2022 р.

Прорецензовано: 12 червня 2022 р.

Прийнято до друку: 14 червня 2022 р.

e-mail: nataliia.danyliuk@oa.edu.ua

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-25(53)-18-24

Данилюк Н. М. Використання маркетингових засобів в HR-менеджменті підприємства. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: науковий журнал. Острог: Вид-во НаУОА, червень 2022. № 25(53). С. 18–24.

УДК: 658.5

JEL-класифікація: D 200, L 100, M 300

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0002-5696-1893>**Данилюк Наталя Миколаївна,**

доктор філософії (спеціальність «Економіка»), доцент кафедри економіко-математичного моделювання та інформаційних технологій Національного університету «Острозька академія»

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАСОБІВ В HR-МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті на теоретичному рівні розкрито питання можливості взаємопроникнення сфер HR-менеджменту та маркетингу у процесі функціонування підприємства в умовах ринкового середовища. Актуалізовано значення основних функціональних завдань фахівців відділів HR-менеджменту та маркетингу, а також здійснено спробу систематизації спільних та відмінних ознак сфери управління персоналом та маркетингової сфери діяльності підприємства з подальшим виділенням ключових ланок бізнес-діяльності, де зазначені сфери тісно взаємопов'язані. Визначено, що HR-менеджмент та маркетинг одночасно поєднуються спільною стратегією підприємства, здатні використовувати спільні маркетингові стратегії комунікації, доповнюють один одного за посередництва використовуваних підходів до здійснення рекрутингу, а також розвитку та підтримки бренду підприємства-роботодавця. В статті охарактеризовані такі маркетингові стратегії приваблення споживачів продукту підприємства та його потенційних співробітників, як соціальний маркетинг та маркетинг відносин, зокрема маркетинг лояльності. Зазначені маркетингові комунікаційні стратегії вдало висвітлюють питання можливості інтеграції елементів маркетингу у сферу HR-менеджменту підприємства. Крім цього, в дослідженні наведено структурно-логічну схему, що дає можливість здійснити порівняльну характеристику особливостей функціональних завдань фахівців відділів HR-менеджменту та HR-маркетингу, а також виокремлено спільні риси зазначених відділів. Визначено, що наявність спільних ознак між HR-менеджментом та HR-маркетингом обумовлена зовнішніми та внутрішніми чинниками.

Ключові слова: HR-менеджмент, маркетинг, HR-маркетинг, стратегії маркетингових комунікацій, брендинг.

Natalia Danyliuk,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Economic-Mathematical Modeling and Information Technologies
The National University of Ostroh Academy

MARKETING TOOLS USAGE IN HR-MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE

The question of the HR-management and marketing areas interpenetration possibility in the process of the enterprise functioning in a market environment has been revealed in the article. The importance of the main functional tasks of HR-management and marketing specialists has been updated, as well as an attempt to systematize common and distinctive features of HR-management sphere and marketing sphere of the enterprise activity has been made with further identification of key links of business areas, where these areas are closely interrelated. It has been determined that HR-management and marketing are simultaneously combined with a common enterprise strategy, are able to use common marketing communication strategies, complement each other through the approaches used to recruitment, as well as development and maintenance the brand of the enterprise as an employer. The article describes such marketing strategies to attract consumers of the enterprise product and its potential employees, as social marketing and relationship marketing, in particular loyalty marketing. These marketing communication strategies successfully highlight the question of the possibility of integrating marketing elements in the field of enterprise HR-management.

In addition, a structural and logical scheme allowing for a comparative characterization of the functional tasks, specialists' features in HR-management and HR-marketing has been provided in the study, as well as the common features of these departments have been highlighted. It has been determined that the presence of common features between HR-management and HR-marketing is due to external and internal factors. External factors, in particular, are the market, which is studied and worked with by specialists of relevant departments (labor market), as well as political, legal, socio-economic, financial and other conditions. While the internal factors are the enterprise strategy, its staff policy, corporate culture and are typical for both HR-management and HR-marketing functions that they perform (including the functions of information gathering and communication). Another area of business processes, where HR-management and marketing are interrelated, which is the enterprise branding as an employer, as well as the main marketing communication tools, which along with branding are actively used by HR-marketing departments, have been outlined in the article.

Keywords: HR-management, marketing, HR-marketing, marketing communication strategies, branding.

Постановка проблеми. В умовах динамічного ринкового середовища все більшого значення набуває питання належної організації управління усіма рівнями бізнес-процесів на підприємстві. З цією метою створюються відповідні підрозділи, відділи, що виконують основні функції менеджменту, і не останню роль в управлінській системі на рівні підприємств відіграють відділи менеджменту персоналу (Human Resource Management або HR-менеджменту). Попри те, що функції зазначених структурних підрозділів підприємств можна конкретно визначити та охарактеризувати, значна частина функціональних завдань HR-фахівців виходить за межі звичного сприйняття основних засад, принципів та механізмів управління персоналом і все частіше інтегрується в таку сферу бізнес-діяльності, як маркетинг. Таким чином, виникає потреба в більш чіткому розмежуванні функцій HR-відділів та відділів маркетингу, а точніше – в конкретизації базових відмінностей та пошуку спільних ознак в HR-менеджменті та маркетингу як комплексних теоретичних понять та, на перший погляд, не пов'язаних між собою практичних сфер діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню питання управління персоналом присвячено ряд праць українських та зарубіжних науковців, таких як С. Бандура, Д. Богиня, О. Грішнова, В. Крамаренко, А. Маслоу, В. Оучі, У. Садова, Л. Семів, Ф. Тейлор, С. Шапіро та ін. Основні теоретичні засади здійснення маркетингової діяльності підприємства наведені в працях таких дослідників, як Г. Армстронг, Л. Балабанова, Н. Бутенко, А. Войчак, С. Гаркавенко, Ф. Котлер, М. Дж. Крофт, Ж.-Ж. Ламбен, М. Окландер, А. Павленко, В. Полторак, Т. Примак, А. Старостіна та ін. Водночас, недостатньо вивченим залишається питання визначення особливостей та специфіки реалізації функцій фахівців відділів HR-маркетингу, що уособлюють своєрідну міграцію частини інструментів маркетингових комунікацій у сферу управління персоналом підприємства. Хоча варто звернути увагу на теоретичні напрацювання, що стосуються розкриття базових принципів здійснення маркетингової політики комунікацій, зокрема таких авторів, як К. Беррі, Т. Діброва, Т. Дубовик, І. Король, Т. Лук'янець, С. Моріарті, Н. Попова, Т. Примак, П. Сміт, Т. Циганкова та ін.

Мега дослідження: виявити відмінні ознаки та взаємозв'язки між відділами HR-менеджменту та маркетингу з подальшим розкриттям особливостей інтеграції окремих механізмів маркетингової діяльності у сферу управління персоналом підприємства.

Виклад основного матеріалу. Для того, щоб систематизувати спільні та відмінні риси таких важливих сфер бізнес-діяльності в сучасному ринковому середовищі, якими є управління персоналом (HR-менеджмент) та маркетингова діяльність, доцільно коротко окреслити самі поняття HR-менеджменту та маркетингу. Відома значна кількість визначень менеджменту персоналу, що по суті зводиться до того, що HR-менеджмент – це функція управління персоналом або командою підприємства з метою створення та подальшого доведення продукту (товару, роботи, послуги) до кінцевого споживача. Тобто основний внесок HR-менеджменту у реалізації бізнес-стратегії підприємства полягає в належній організації та контролі діяльності колективу підприємства, що покликане працювати як цілісний механізм, кожна ланка якого представляє відділ (підвідділ), цех, виробничу дільницю або структурний підрозділ. Це передбачає підбір та подальший найм фахівців, які формують професійну команду або штат і основним завданням якого є швидкий та відповідний потребам організації, тобто гнучкий, підбір кваліфікованих кадрів. HR-менеджмент розглядають як область знань та практичної діяльності з підбору та оптимального залучення до виробничого процесу кваліфікованого персоналу, який відповідає поставленим перед ним професійним завданням та який здатний виконувати покладені на нього обов'язки.

Водночас, маркетинг – це діяльність підприємства щодо підвищення споживчої цінності його продукту завдяки створенню позитивного ставлення споживачів до торгової марки, бренду або ж до самого продукту. Іншими словами, відділ маркетингу виконує функції пошуку та реалізації шляхів заохочення наявних та потенційних споживачів до купівлі продукту підприємства, у складі якого такий відділ працює, а також покращення дії механізмів просування продукту до цільової аудиторії.

Таким чином, можна стверджувати про існування симбіозу на перший погляд не пов'язаних між собою понять, якими є HR-менеджмент та маркетинг, що пояснюється наявністю у них спільних інтересів та мети, обумовленої забезпеченням ефективного функціонування підприємства. А це проявляється у формі підвищення прибутковості діяльності організації, досягненням соціального або економічного ефекту, а також довгострокових цілей її розвитку (вихід на нові ринки, збільшення частки присутності на існуючих ринках, отримання конкурентних переваг, доступ до відносно дешевих джерел сировини тощо). Відмінності та спільні аспекти діяльності HR-відділів та відділів маркетингу на підприємствах відображені на рис. 1.

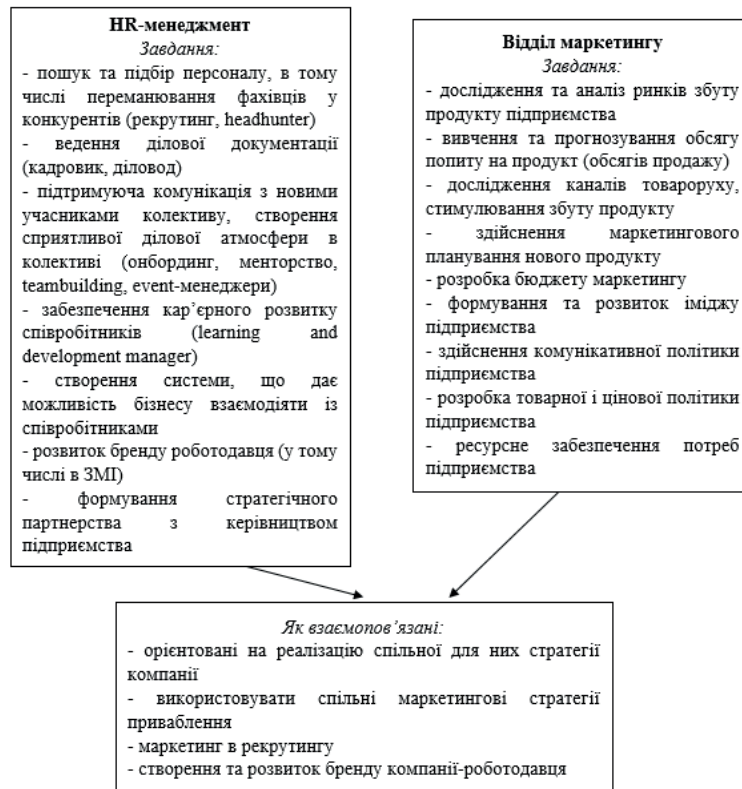


Рис. 1. Спільні та відмінні ознаки відділів HR-менеджменту та маркетингу підприємства

Джерело: сформовано автором на основі [10, 16; 11; 12].

Попри те, що, здавалося б, відділи маркетингу та HR мають відносно різні цілі та виконують практично непов'язані між собою функції, все ж, будучи ланками однієї і тієї ж системи, якою є підприємство, вони кожна по-своєму здійснюють вагомий внесок у розвиток бізнесу. Відомо, що жодне підприємство не може успішно функціонувати без чітко визначених стратегії як основного напрямку його діяльності, а також тактичних задач, що відображають проміжні етапи, на яких порівнюються та, при потребі, коригуються досягнуті результати порівняно із стратегічними цілями. Оскільки стратегія та стратегічні цілі відповідають за довгострокове бачення місця, ролі та результатів діяльності підприємства і є комплексним механізмом, що дає можливість безперервно аналізувати, оцінювати та коригувати ключові напрями його розвитку [6, с. 109–110; 7, с. 146; 9, с. 163–165], то логічним є твердження, що всі структурні елементи підприємства, такі як відділи, підрозділи, цехи, виробничі дільниці або ж дочірні підприємства, закордонні філії холдингів та транснаціональних компаній, підпорядковані досягненню спільної для них стратегічної мети та стратегічних цілей. Якщо обмежитися розглядом стратегії підприємства будь-якої сфери економічної діяльності та розглядати його з точки зору процесного підходу в управлінні, коли підприємство розглядається як сукупність взаємопов'язаних між собою бізнес-процесів, можна чітко визначити, що кожний структурний підрозділ підприємства, зокрема відділи маркетингу та HR, будуть орієнтовані на досягненні спільної для них стратегічної мети. Хоча внесок кожного із зазначених відділів у розвиток підприємства звичайно визначається закріпленими за ними функціями і фактично метою створення того чи іншого структурного підрозділу.

Здатність HR-відділів та відділів маркетингу бути функціонально взаємопов'язаними у процесі реалізації стратегічної мети діяльності підприємства проявляється, зокрема, у використовуваних ними маркетингових стратегіях приваблення відповідно споживачів та потенційних співробітників. Реалізація маркетингових стратегій приваблення звичайно здійснюється у різних функціональних сферах діяльності підприємства, якими є HR-менеджмент та маркетинг, однак концептуальні підходи та базові засади застосування механізмів зазначених стратегій для окреслених сфер є спільними. Зокрема, варто зазначити про такі стратегії, що здатні приваблювати як наявних та майбутніх споживачів продукту підприємства, так і потенційних його співробітників, як соціальний маркетинг та маркетинг відносин.

Соціальний маркетинг (Cause marketing) базується на формуванні у споживачів та потенційних співробітників уявлення або бачення про те, що підприємство за посередництва пропонованого продукту виконує важливу економічну або соціальну роль у суспільстві. У цьому контексті вагомого значення набуває поняття корпоративної соціальної відповідальності або соціальної відповідальності бізнесу, що поряд із досягненням базової мети підприємницької діяльності (отриманням прибутку) передбачає відповідальне ставлення підприємства до власного продукту, а також до споживачів, співробітників, партнерів, докільля з метою покращення якості життя суспільства шляхом інтеграції в бізнес-процеси ідей, принципів та механізмів соціального та екологічного розвитку [5, с. 147–148]. Інтеграція принципів соціально відповідального бізнесу в частині визначення спільних у цьому контексті ознак для відділів маркетингу та HR відображається в наявності значної кількості механізмів заохочення персоналу до кар'єрного розвитку, професійної підтримки та соціальних гарантій для працівників, забезпечення їхнього культурного розвитку та заохочення до ведення здорового способу життя, а також для поліпшення якісних характеристик продукту, безпечності його використання, зменшення негативного впливу продукту на довкілля тощо.

Маркетинг відносин як маркетингова стратегія передбачає формування у споживачів продукту підприємства тісних довгострокових зв'язків з ним, що базуються на взаємній довірі та доброзичливому ставленні. При характеристиці поняття маркетингу відносин першочергова увага звертається на сутність, а також трактування зазначеної стратегії суто з позицій маркетингу продукту, що визначається в основному як приваблення та утримання споживачів шляхом покращення цінності продукту з точки зору вподобань та смаків споживачів. Безумовно, маркетинг відносин або маркетинг партнерських відносин як концепція просування продукту від підприємства до споживачів має безпосереднє відношення до самого продукту та збільшення його споживчої цінності. Це, у свою чергу, продукує підвищення ролі споживачів, зокрема їхніх уподобань, смаків та споживчих переваг, у процесі вибору підприємством ринкової ніші, цільової аудиторії та подальшого закріплення його позицій на ринку.

Відповідно до дослідження, проведеного в [3, с. 108–109], маркетинг відносин орієнтується насамперед на утримання уже наявних споживачів продукту, які розглядаються як джерело створення вартості продукту, що здатне впливати на величину прибутку підприємства. Таким чином, маркетинг відносин орієнтується в тому числі на підтримку лояльності споживачів до бренду, торгової марки або до самої компанії, що трактується як постійна підтримка позитивного ставлення споживачів до продукту компанії. Зважаючи на те, що в [3, с. 108] виокремлені поняття маркетингу відносин, маркетингу партнерських відносин та маркетингу лояльності, доцільно більш детально розглянути сутність маркетингу лояльності з позицій саме механізмів реалізації зазначеної маркетингової стратегії приваблення споживачів. Крім цього, маркетинг лояльності як комплекс дій, спрямованих на привернення уваги та підвищення позитивного ставлення споживачів до продукту підприємства, можна розглядати у більш широкому значенні, тобто не лише з позицій маркетингу продукту.

Стратегія маркетингу відносин, зокрема маркетинг лояльності, фактично активно використовується і фахівцями HR-відділів, оскільки співробітники компанії, позиціонуючи своє місце працевлаштування як найкраще, здатні прямо впливати на підвищення рівня зацікавленості до вакантних посад компанії на ринку праці, а також рівня задоволення від виконання професійних обов'язків уже працевлаштованих фахівців [13]. І тут, як і в маркетингу лояльності по відношенню до продукту, вагому роль відіграють емоційна та поведінкова реакції потенційних та наявних учасників колективу, що формують теоретичне підґрунтя для кількісного вимірювання рівня лояльності до підприємства. У випадку реалізації маркетингової стратегії взаємовідносин з точки зору функціональних можливостей HR-відділів можна стверджувати про формування лояльності співробітників до специфічного продукту, яким є вакантна або уже зайнята посада. У цьому контексті, як зазначено в [4, с. 24], важливо вказати на функціональну роль відділів HR-маркетингу, що вдало поєднують функції менеджменту та позиціонування підприємства на ринку праці. Однак ототожнювати зазначені поняття не варто.

На рис. 2 наочно відображена структурно-логічна схема взаємозв'язків між відділами HR-менеджменту та HR-маркетингу. Як видно з рис. 2, HR-менеджмент та HR-маркетинг мають ряд відмінних ознак, що визначаються в основному спрямованістю їхніх функцій управління персоналом всередині або ж назовні компанії. Крім цього, вони характеризуються спільними ознаками, що визначаються зовнішніми (політико-правові умови діяльності компанії, стан ринку трудових ресурсів) та внутрішніми (стратегія, кадрова політика компанії тощо) чинниками.

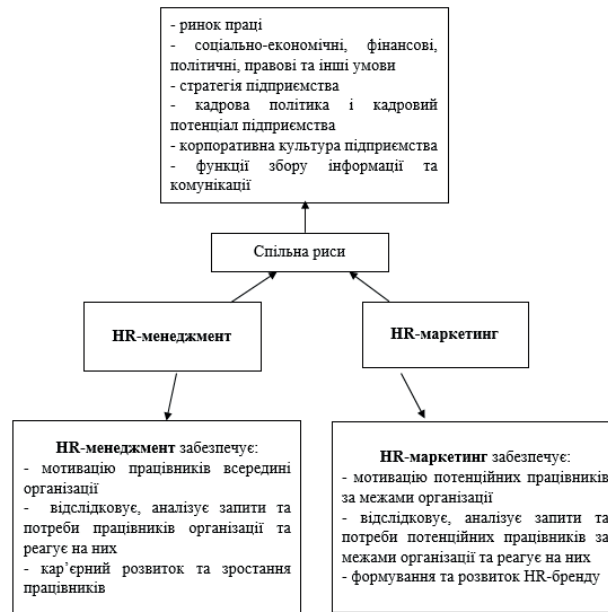


Рис. 2. Спільні та відмінні характеристики відділів HR-менеджменту та HR-маркетингу підприємства

Джерело: побудовано на основі [13].

Продовжуючи аналіз можливостей взаємного проникнення сфер HR-менеджменту та маркетингу, варто зазначити, що, попри наявність принципово відмінних задач, що вирішуються фахівцями HR-відділів та відділів маркетингу, не можна однозначно розмежувати їхні функції. Про це свідчить можливість застосування маркетингових інструментів у рекрутингу (рекрутинговий маркетинг), що передбачає використання при пошуку кандидатів на вакантну посаду основного маркетингового інструмента, яким є воронка продажів (у цьому контексті воронка рекрутингу).

Не менш важливим аспектом діяльності підприємства, де HR-менеджмент і маркетинг тісно взаємопов'язані, є побудова та розвиток бренду підприємства як роботодавця. Брендинг можна визначити як процес формування та підтримки бренду, тобто позитивного образу компанії, що прямо пов'язаний з цінністю її продукту і що здійснюється через комунікаційні засоби та інструменти [8, с. 202]. В сучасних умовах взаємопроникнення сфер HR-менеджменту та маркетингу не варто розглядати брендинг як одне із завдань маркетингового відділу, оскільки це обмежує внесок, який здійснюють фахівці HR-відділів, зокрема відділів HR-маркетингу, які фактично нині активно просувають бренд підприємства-роботодавця на ринку праці. Не останню роль у цьому процесі відіграють способи та засоби комунікації, що використовуються фахівцями відділів HR-маркетингу з метою зацікавлення потенційних співробітників у вакантних посадах. Найбільш поширеними комунікаційними інструментами у цьому контексті є: 1) традиційна реклама, зокрема копірайтинг; 2) директ-маркетинг; 3) зв'язки з громадськістю (Public relations); 4) паблісіті; 5) маркетинг подій (Event marketing); 6) інструменти Інтернет-маркетингу (web-сайти з працевлаштування, пошукова оптимізація, пошукова реклама, контекстна і медійна реклама, e-mail-маркетинг, маркетинг соціальних зв'язків, вірусний маркетинг) [1, с. 200–202; 2, с. 245; 14]. Зазначені інструменти маркетингових комунікацій не вичерпують перелік усіх можливих способів, що використовуються нині підприємствами для підтримки комунікації з потенційними працівниками, оскільки ринок праці і, відповідно, вимоги та запити як роботодавців, так і учасників ринку, які шукають місце працевлаштування, постійно змінюються.

Висновки. З огляду на проведене дослідження, можна зробити висновки про те, що, попри наявність суттєвих, зумовлених природою професійних сфер, відмінностей між HR-менеджментом та маркетингом, все ж можна спостерігати наявність взаємозв'язків між ними, що проявляються в можливостях використання маркетингових інструментів в управлінні персоналом підприємства. Крім цього, взаємопроникнення сфер HR-менеджменту та маркетингу визначається їхнім підпорядкуванням спільній стратегії підприємства, а також орієнтацією на розвиток та підтримку бренду підприємства як роботодавця.

Література:

1. Г. Г. Швачич, В. В. Толстой, Л. М. Петречук, Ю. С. Іващенко, О. А. Гуляєва, О. В. Соболенко. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології : навчальний посібник. Дніпро : НМетАУ, 2017. 230 с.
- Н.Н. Shvachych, V.V. Tolstoy, L.M. Petrechuk, YU.S. Ivashchenko, O.A. Hulyayeva, Sobolenko O.V. (2017). *Suchasni informatsiyno-komunikatsiyni tekhnolohiyi: Navchal'nyu posibnyk* [Modern information and communication technologies]. Dnipro: NMetAU, 230. [in Ukrainian].
2. Храбатин О. І., Яворська Л. В. Маркетинг : навчальний посібник. Київ : Видавництво, 2014. 284 с.
Khrabatyn O.I., Yavors'ka L.V. *Marketynh: Navchal'nyu posibnyk* [Marketing]. Kyuiv : Vydavnytstvo, 2014, 284. [in Ukrainian].
3. Борисенко О. С., Фісун Ю. В. Маркетинг відносин як сучасна концепція маркетингу. *Інфраструктура ринку*. 2017. № 7. С. 107–113.
Borysenko O.S., Fisun YU.V. (2017). *Marketynh vidnosyn yak suchasna kontseptsiya marketynhu* [Relationship marketing as a modern marketing concept]. *Infrastruktura rynku* [Market infrastructure], 7, 107-113 [in Ukrainian].
4. Данилюк Н. М. Віртуальна організаційна структура ІТ-компанії: маркетинговий та управлінський аспекти. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*. 2022. № 24 (52). С. 20–25. DOI: 10.25264/2311-5149-2022-24(52)-20-25.
- Danylyuk N.M. (2022). *Virtual'na orhanizatsiyna struktura IT-kompaniyi: marketynhovyy ta upravlins'kyu aspekty* [Virtual organizational structure of an IT company: marketing and management aspects]. *Naukovi zapysky Natsional'noho universytetu «Ostroz'ka akademiya», seriya «Ekononika»* [Scientific notes of the National University «Ostroh Academy», series «Economics»], 24(52), 20-25. DOI: 10.25264/2311-5149-2022-24(52)-20-25 [in Ukrainian].
5. Іонін Є. Є., Тарасенко Л. О. Корпоративна соціальна відповідальність як запорука стабільного розвитку: аналіз підприємств нафтогазової галузі. *Економічний аналіз*. 2018. № 28 (2). С. 145–154.
Ionin YE.YE., Tarasenko L.O. (2018). *Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist' yak zaporuka stabil'noho rozvytku: analiz pidpryyemstv naftohazovoyi haluzi* [Corporate social responsibility as a guarantee of sustainable development: an analysis of oil and gas companies]. *Ekononichnyy analiz* [Economic analysis], 28, 2, 145-154 [in Ukrainian].
6. Киш Л. М. Стратегічне управління, як основна частина менеджменту підприємства. *Причорноморські економічні студії*. 2019. № 38 (1). С. 107–113.
Kysh L.M. (2019). *Stratehichne upravlinnya, yak osnovna chastyna menedzhmentu pidpryyemstva* [Strategic management as the main part of enterprise management]. *Prychornomors'ki ekononichni studiyi* [Black Sea Economic Studies], 38-1, 107-113 [in Ukrainian].
7. Кононова О. Є., Головченко Є. Ю. Сутність та зміст стратегічного управління будівельним підприємством, його особливості та переваги. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. № 16 (1). С. 145–149.
Kononova O.YE., Holovchenko YE.YU. (2017). *Sutnist' ta zmist stratehichnoho upravlinnya budivel'nym pidpryyemstvom, yoho osoblyvosti ta perevahy* [The essence and content of strategic management of a construction company, its features and benefits]. *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu* [Scientific Bulletin of Uzhhorod National University], 16, 1, 145-149 [in Ukrainian].
8. Лозовський О. М. HR-брендинг – формування іміджу підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 43. С. 201–205. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct43-36>
- Lozov's'kyu O.M. (2020). *HR-brendynh – formuvannya imidzhu pidpryyemstva* [HR-branding – the formation of the company's image]. *Infrastruktura rynku* [Market infrastructure], 43, 201-205. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct43-36> [in Ukrainian].
9. Падерін І. Д., Горященко Ю. Г., Новак Є. Е. Стратегічне управління на підприємствах малого та середнього бізнесу. *Економічний вісник Донбасу*. 2017. № 2 (48). С. 163–167.
Paderin I.D., Horyashchenko YU.H., Novak YE.E. (2017). *Stratehichne upravlinnya na pidpryyemstvakh maloho ta seredn'oho biznesu* [Strategic management in small and medium enterprises]. *Ekononichnyy visnyk Donbasu* [Economic Bulletin of Donbass], 2(48), 163-167 [in Ukrainian].
10. Шабага Т. М., Карашук Н. В. Роль служби маркетингу у діяльності підприємства. *Бізнес-навігатор*. 2017. № 1 (40). С. 13–18.
Shabaha T.M., Karashchuk N.V. (2017). *Rol' sluzhby marketynhu u diyal'nosti pidpryyemstva* [The role of marketing services in the enterprise]. *Biznes-navihator* [Business navigator], 1 (40), 13-18 [in Ukrainian].
11. Леонова О. Основи HR: онбординг / адаптація персоналу. *HURMA*. URL: <https://hurma.work/blog/osnovi-hr-onbording-adaptacziya-personalu/> (дата звернення: 30.05.2022).
- Leonova O. *Osnovy HR: onbordynh / adaptatsiya personalu*. [Basics of HR: onboarding / staff adaptation]. *HURMA*. <<https://hurma.work/blog/osnovi-hr-onbording-adaptacziya-personalu/>> (2022, May, 30) [in Ukrainian].
12. Професія HR-менеджер – головні тези лекції. *CHERKASY IT CLUSTER*. URL: <https://www.itcluster.ck.ua/projects/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%96%D1%8F-hr-%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%80-%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%96-%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8-%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86/#:~:text=%D0%97%D0%BD%D0%B0%D0%B9%D1%82%D0%B8%20%D1%82%D0%B0%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D1%96%D0%B1%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%20%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%B0%2C%20%D1%89%D0%BE,%D1%83%D1%81%D0%B5%20%D1%86%D0%B5%20>



%D1%84%D1%83%D0%BD%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%97%20HR%2D%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B0 (дата звернення: 30.05.2022).

Profesiya HR-menedzher – holovni tezy lektsiyi. [The profession of HR-manager – the main theses of the lecture]. *CHERKASY IT CLUSTER*. <<https://www.itcluster.ck.ua/projects/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%96%D1%8F-hr-%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%80-%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%96-%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8-%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86/#:~:text=%D0%97%D0%BD%D0%B0%D0%B9%D1%82%D0%B8%20%D1%82%D0%B0%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D1%96%D0%B1%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%20%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%B0%2C%20%D1%89%D0%BE,%D1%83%D1%81%D0%B5%20%D1%86%D0%B5%20%D1%84%D1%83%D0%BD%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%97%20HR%2D%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B0>> (2022, May, 30) [in Ukrainian].

13. HR-маркетинг: що це та навіщо він потрібен. *HURMA*. URL: <https://hurma.work/blog/hr-marketing-shho-cze-ta-navishho-vin-potriben/> (дата звернення: 30.05.2022).

HR-marketynh: shcho tse ta navishcho vin potriben. [HR marketing: what it is and why it is needed]. *HURMA*. <<https://hurma.work/blog/hr-marketing-shho-cze-ta-navishho-vin-potriben/>> (2022, May, 30) [in Ukrainian].

14. Nicholson, M. What Marketing and HR Have in Common. *formstack*. URL: <https://www.formstack.com/resources/blog-marketing-hr-overlap> (дата звернення: 30.05.2022).

Nicholson, M. What Marketing and HR Have in Common. *formstack*. <<https://www.formstack.com/resources/blog-marketing-hr-overlap>> (2022, May, 30) [in English].



Отримано: 16 травня 2022 р.

Прорецензовано: 15 червня 2022 р.

Прийнято до друку: 18 червня 2022 р.

e-mail: lyudmyla.kozak@oa.edu.ua

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-25(53)-25-30

Козак Л. В. Моделі стратегічного позиціонування продукції аграрних підприємств та методичні підходи їх аналізу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»* : науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, червень 2022. № 25(53). С. 25–30.

УДК: 330.338

JEL-класифікація: L 12, M 11, Q 13

ORCID-ідентифікатор: 0000-0001-7659-7614

Козак Людмила Василівна,*доктор економічних наук, доцент кафедри економічної теорії, менеджменту і маркетингу
Національного університету «Острозька академія»*

МОДЕЛІ СТРАТЕГІЧНОГО ПОЗИЦІЮВАННЯ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЇХ АНАЛІЗУ

У статті досліджено моделі стратегічного позиціонування продукції аграрних підприємств та запропоновано методичні підходи їх аналізу. На основі ґрунтовного аналізу з'ясовано цілі та можливості застосування позиціонування за економічними параметрами, показниками екобезпеки та комбінацією чинників «ціна-екобезпека». Запропоновані методичні підходи аналізу моделей стратегічного позиціонування, які забезпечують комплексне оцінювання внутрішніх та зовнішніх чинників умов функціонування аграрних підприємств, що обумовлює доцільність їх застосування на практиці.

Ключові слова: стратегічне позиціонування, економічні та екологічні атрибути продукції аграрних підприємств, управління цінністю, умови функціонування аграрних підприємств.

Lyudmyla Kozak,*Doctor of Economics, Associate Professor of the Department of Economic Theory, Management and Marketing*

STRATEGIC POSITIONING MODELS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES PRODUCTS AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO THEIR ANALYSIS

The article has investigated the models of strategic positioning of products of the agricultural enterprises and proposed methodological approaches to their analysis. Based on a detailed analysis, the goals and possibilities of positioning have been clarified taking into consideration economic parameters, environmental safety indicators and a combination of “price-environmental safety” factors. The author has argued that “Price Challenge” model is the most acceptable and economically feasible in market positioning for large agricultural holdings, which unite a significant part of agricultural enterprises. However, the model forces agricultural enterprises to use high-intensity production technologies and, as a result, increase the level of state support for agricultural production.

The emphasis on environmental safety indicators allows producers to increase prices significantly, but requires technology without using fertilizers, pesticides, growth regulators, feed additives and more. Despite the fact that the natural soil fertility in Ukraine is high, the productivity of such technologies in terms of crop yields and animal productivity is lower compared to modern intensive production approaches, and therefore the segment needs high government support. The author has suggested that the strategic positioning based on the additional benefit from the combination of factors “price-environmental safety” could be a kind of compromise model for domestic agricultural enterprises. The model assumes that agricultural enterprises will optimize costs, use less intensive production technologies and focus on improved quality of agricultural products and, at the same time, their moderate price.

The author has suggested methodical approaches to the analysis of strategic positioning models, which provide a comprehensive assessment of internal and external factors of the conditions of agricultural enterprises activity and proves the feasibility of their application in practice. In particular, the system of indicators for assessing stability of agricultural enterprises market positions in terms of costs is effective in competitive analysis and useful for international comparisons.

Keywords: strategic positioning, economic and ecological attributes of agricultural enterprises products, value management, conditions of the agricultural enterprises activity.

Постановка проблеми. У процесі формування стратегії особливої ваги набувають виважені та професійні підходи аналізу початкових та стратегічних позицій конкретного аграрного підприємства. У результаті такого аналізу визначаються економічні можливості аграрного підприємства щодо набуття ним стійких конкурентних переваг. У свою чергу, означені можливості значною мірою обумовлені сукупним впливом чинників у зовнішньому середовищі, які в той чи інший спосіб сприяють або обмежують його стратегічні ініціативи підприємства. Перелік цих чинників характеризується відносною стабільністю,



проте мінливими є значення конкретних індикаторів. З огляду на сказане, розробка методичних підходів аналізу моделей стратегічного позиціонування продукції аграрних підприємств набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загострення конкуренції спонукає фахівців до пошуку нових підходів у позиціонуванні сільськогосподарської продукції. Не менш важливою проблемою є науково-методичне забезпечення оцінки ефективності цих підходів, спрямованих на виявлення та задоволення специфічних (диференційованих) потреб споживачів сільськогосподарської продукції. Окрім того, виважені підходи до оцінки моделей позиціонування продукції аграрних підприємств дозволять не тільки краще задовольнити попит, але й надають їм можливість встановити реалістичні маркетингові цілі та стратегію.

Науковою основою для розв'язання поставленої проблеми є загальна теорія ринкової поведінки споживачів та методичні підходи щодо вивчення їх потреб. Серед численних публікацій ми виокремили такі праці вітчизняних і зарубіжних вчених: Р. Блекуелла [1], Г. Картаджайя [5], В. Кірносолової [7], Ф. Котлера [5], Ж.-Ж. Ламбена [6], М. Окландера [7], М. Портера [10], Е. Райса [11], І. С. Сетьявана [5], Д.-М. Скот [12], Дж. Траута [11], О. Філановського [13] та ін. У всіх зазначених джерелах під позиціонуванням розуміють науково-обґрунтований та систематизований процес виявлення реальних та асоціативних атрибутів товару, привабливих для певної групи споживачів із схожими потребами і характером поведінки, для обслуговування яких можна однакові маркетингові прийоми. Теоретичними та прикладними проблемами формування ринкових стратегій сільськогосподарських підприємств, зокрема дослідженням аграрних ринків, займалися такі науковці як Б. Данилишин [2], О. Єранкін [3], К. Пріб [8], О. Присяжнюк [9], Л. Страшицька [2] та ін. Значна увага цих вчених приділялась дослідженню аграрних перетворень у контексті стратегічного розвитку сільського господарства, проте наукових публікацій присвячених обґрунтуванню методичних підходів аналізу моделей стратегічного позиціонування недостатньо.

Метою дослідження є оцінка моделей стратегічного позиціонування продукції аграрних підприємств та розробка пропозицій щодо методичних підходів їх аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній теорії та методології ринкового позиціонування переважає думка, що для аграрних підприємств, які забезпечують пропозицію стандартизованої продукції, найбільш ефективною є цінова конкуренція. У такому випадку виправдано застосовувати модель стратегічного позиціонування, що ґрунтується на економічних параметрах (модель цінового виклику) та обумовлює застосування підприємством конкурентну стратегію найменших витрат (табл. 1). За такої моделі у стратегіях позиціонування наголошується на відповідності сільськогосподарської продукції встановленим (вітчизняним або міжнародним) стандартам та раціональній вигоді покупців. Як показує практика, саме такі підходи у позиціонуванні застосовують вітчизняні зернотрейдери на світовому ринку зернових.

Таблиця 1.

Моделі стратегічного позиціонування продукції аграрних підприємств та їх характеристика*

Характерні ознаки	Моделі стратегічного позиціонування		
	За економічними параметрами	За показниками екобезпеки	За комбінацією чинників «ціна-екобезпека»
Ціна порівняно з конкурентами	Низька	Висока	Нейтральна або висока
Рівень витрат порівняно з конкурентами	Низький	Високий або нейтральний	Низький або нейтральний
Якість продукції	Акцент на відповідності встановленим стандартам	Акцент на показниках екобезпеки	Акцент на покращених характеристиках якості та помірній ціні
Конкурентна стратегія	Стратегія «найменших витрат»	Диференціації	Фокусування
Тип конкуренції	Цінова	Нецінова	Нецінова
Частка підприємства на ринку, %	Значна	Незначна	Незначна
Особливості технології виробництва	Високий рівень використання мінеральних добрив, пестицидів, регуляторів росту та харчових добавок до кормів	Відсутність використання мінеральних добрив, пестицидів, регуляторів росту та харчових добавок до кормів	Відсутність або низький рівень використання мінеральних добрив, пестицидів, регуляторів росту та харчових добавок до кормів
Рівень державної підтримки виробників	Високий	Високий	Помірний

*Розробка автора

Звідси можна припустити, що модель «цінового виклику» у ринковому позиціюванні є найбільш прийнятною та економічно доцільною для великих агрохолдингів, які об'єднують значну частину сільськогосподарських підприємств. Проте така модель вимагає від аграрних підприємств застосування високоінтенсивних технологій виробництва. Проведений автором, конкурентний аналіз технологій виробництва, собівартості та окупності витрачених ресурсів вітчизняних аграрних підприємств за окремими видами сільськогосподарської продукції дає підстави стверджувати, що застосовувані технології виробництва в Україні є менш інтенсивними з точки зору урожайності культур та продуктивності тварин порівняно із зарубіжними аналогами. Проте саме обмежене використання ресурсів дозволяло вітчизняним товаровиробникам у продовж останніх 10-ти років утримувати виробничу собівартість на нижчому рівні, ніж у зарубіжних конкурентів, і, як наслідок, надавало їм можливість застосовувати стратегію найменших витрат у позиціюванні [4, с. 118].

Проте нині в сільському господарстві складається досить загрозлива ситуація, яка може призвести до втрати конкурентоспроможності значної частини товаровиробників. Пояснення цьому феномену безумовно полягає у виникненні різкого диспаритету цін на сільськогосподарську продукцію та ресурси для її виробництва через великомасштабне вторгнення росії. Через заблокованість південних портів України, на внутрішньому ринку за експортноорієнтованими видами аграрної продукції спостерігається тенденція до зниження цін через надлишок пропозиції, натомість зміна логістики та джерел постачання призвела до різкого підвищення цін на ресурси для сільського господарства, передусім це стосується енергоносіїв. Означений диспаритет у найближчій перспективі буде визначальним чинником у формуванні фінансових результатів аграрних підприємств, що нашоухує на думку про надзвичайну актуальність у сучасних умовах технологічного чинника у стратегічному розвитку сільського господарства.

Ситуацію в галузі за умов зростання собівартості швидшими темпами, порівняно із зростанням цін на його продукцію, М. Портер називає технологічною атрофією [9, с. 232]. Процеси, ілюстровані на рис. 1, характерні не тільки для України, але й для переважної більшості розвинених країн. Проте стратегічний ризик втрати конкурентоспроможності найбільший саме в Україні, оскільки темпи зростання собівартості сільськогосподарської продукції у вітчизняних аграріях підвищуються саме із зростанням рівня інтенсивності виробництва. У сучасних умовах дефіциту бюджетних коштів рівень державної підтримки сільськогосподарських виробників також має спадну тенденцію. Отже, економічні умови функціонування вітчизняних аграрних підприємств погіршуються, їх можливості впровадження більш інтенсивних технологій обмежені, що спонукає навіть великі агрохолдинги шукати більш прийнятні моделі ринкового позиціювання.

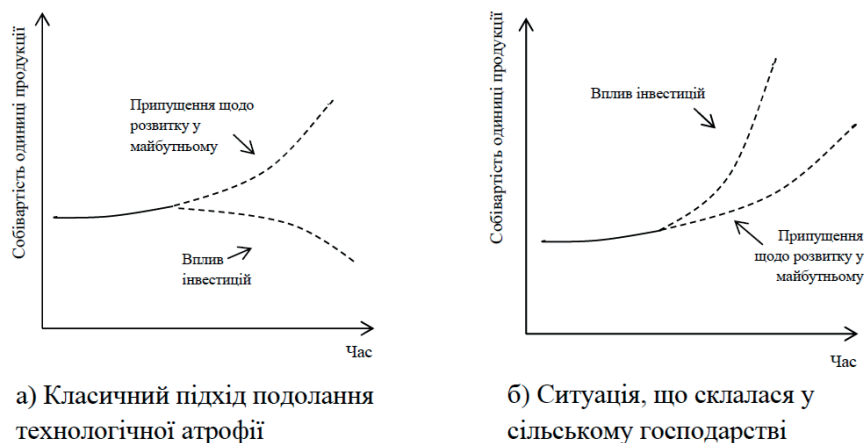


Рис. 3.12. Тенденції та наслідки нарощування рівня інтенсивності виробництва сільськогосподарського виробництва в Україні*

*Розробка автора на основі джерела 189.

Саме цей чинник став поштовхом для низки аграрних підприємств до вирощування екологічно чистої сільськогосподарської продукції та спонукав до виникнення проблеми ефективного їх позиціювання за показниками екобезпеки (табл. 1). Акцент у позиціюванні на показниках екобезпеки хоч і дозволяє виробникам значно підвищити ціни, проте вимагає технології виробництва без застосування мінеральних добрив, пестицидів, регуляторів росту, харчових добавок до кормів тощо. Попри те, що природна родючість ґрунтів в Україні є високою, продуктивність таких технологій за показниками врожайності сільськогосподарських культур та продуктивністю тварин є нижчою порівняно із сучасними інтенсивними підходами провадження виробництва, а отже сегмент також потребує високої державної підтримки.



Практично в усіх країнах світу аграрні підприємства, які займаються вирощуванням екологічно чистої сільськогосподарської продукції, субсидуються державою значно більше від решти виробників. Окрім того, держава сприяє розвитку каналів збуту та підвищенню поінформованості суспільства про переваги такої продукції над традиційно вирощеною, що значно скорочує витрати аграрних підприємств на просування. Саме порівняно нижчий рівень державної підтримки є основною причиною неконкурентоспроможності вітчизняного аграрного сектору в цьому сегменті на світовому ринку.

Серед чинників, що також стримують розвиток означеного сегменту в Україні, слід назвати складність, високу вартість процедур сертифікації та екомаркування, відсутність достатньої кількості лабораторій для визначення якості сільськогосподарської продукції. Обов'язкові процедури для набуття права використання відповідного державного логотипу створюють нерівні умови виробникам зазначеної продукції, оскільки для решти виробників, які використовують традиційні технології, ставляться вимоги лише до дотримання технічних регламентів щодо допустимих норм використання шкідливих для здоров'я людини та екології речовин, проте маркування продукції не обов'язкове. Проте, незважаючи на гострі проблеми становлення, сегмент ринку екологічно чистої сільськогосподарської продукції в Україні буде розвиватись за умов впровадження нових форм інтеграції аграрних підприємств із каналами реалізації, а також удосконалення системи державного протекціонізму.

На наш погляд, своєрідною компромісною моделлю для вітчизняних аграрних підприємств може стати стратегічне позиціонування, засноване на додатковій вигоді за комбінацією чинників «ціна-екобезпека». Як показано у табл. 1, така модель вимагає від аграрних підприємств оптимізації витрат, застосування менш інтенсивних технологій виробництва та акцентування у позиціонуванні на покращених характеристиках якості сільськогосподарської продукції і, водночас, помірній її ціні. Загальновідомо, що стратегія позиціонування за двома ознаками найбільш виправдана тоді, коли існує жорстка конкуренція за домінуючою ознакою. Такою ознакою для сільськогосподарської продукції є ціна, а тому доповнення характеристик стратегічних позицій якісними елементами не тільки дозволить вітчизняним підприємствам «відрізнитись» від конкурентів, але й покращити позиціонування за основним критерієм.

Оскільки ціна є важливим атрибутом у всіх трьох моделях позиціонування продукції аграрних підприємств, постає питання стосовно методичних підходів визначення їх ринкової стійкості за показниками витрат (табл. 2).

Таблиця 2

Індикатори стійкості ринкових позицій сільськогосподарських підприємств за показниками витрат*

Показник	Характеристика	Формула
Маржа виробника за цінами внутрішнього ринку	Відображає різницю (кількісний ефект) між середніми цінами внутрішнього ринку і-го виду сільськогосподарської продукції та сукупними витратами конкретного виробника, збільшених на прямі бюджетні субсидії.	$MP_i^P = (P_i^P - ATC_i^P) + S_i$
Процентний показник стійкості позицій товаровиробника на внутрішньому ринку за показниками витрат, %	Відображає рівень маржі конкретного виробника у % до середньої ціни внутрішнього ринку. Може використовуватись у конкурентному аналізі для порівнянь та побудови карт сприйняття. Чим більшим є значення показника порівняно з конкурентом, тим більш стійкою є ринкова позиція конкретного виробника на внутрішньому ринку.	$MP_i^P (\%) = \frac{MP_i^P}{P_i^P} \times 100\%$
Маржа виробника за цінами світового ринку	Відображає різницю (кількісний ефект) між середніми цінами світового ринку і-го виду сільськогосподарської продукції та сукупними витратами конкретного виробника, скоригованих на прямі бюджетні субсидії.	$MP_i^W = (MP_i^W - ATC_i^P) + S_i$
Процентний показник стійкості позицій товаровиробника на світовому ринку за показниками витрат, %	Відображає рівень маржі конкретного виробника у % до світової ціни. Може використовуватись у конкурентному аналізі для міжнародних порівнянь. Чим більшим є значення показника порівняно з конкурентом, тим більш стійкою є ринкова позиція конкретного виробника на світовому ринку.	$MP_i^W (\%) = \frac{MP_i^W}{P_i^W} \times 100\%$
Умовні позначення: MP_i^P - маржа виробника за цінами внутрішнього ринку, грн./ц; MP_i^W - маржа виробника за цінами світового ринку, дол. США /ц; $MP_i^P(\%)$ – процентний показник стійкості позицій товаровиробника на внутрішньому ринку, %; $MP_i^W(\%)$ – процентний показник стійкості позицій товаровиробника на світовому ринку, %;	P_i^P – ціна і-го виду сільськогосподарської продукції на внутрішньому ринку, грн./ц; P_i^W – ціна і-го виду сільськогосподарської продукції світовому ринку дол. США /ц; S_i – бюджетні субсидії в розрахунку на один центнер, пов'язані з виробництвом і-го виду сільськогосподарської продукції, які належать до заходів «жовтої скриньки», дол. США або грн.; ATC_i^P – сукупні витрати виробника в розрахунку на один центнер, пов'язані з виробництвом і-го виду сільськогосподарської продукції, дол. США або грн.	

*Розробка автора

Для вирішення цього завдання пропонуємо використати показник виробничої маржі підприємства, який є індикатором стійкості ринкової позиції виробника на конкретному ринку товарів, що виникла в результаті взаємодії низки внутрішніх та зовнішніх чинників його функціонування. Як показано в табл. 2, виробнича маржа розраховується як різниця між середніми цінами внутрішнього ринку (або світового ринку) і-го виду сільськогосподарської продукції та сукупними витратами конкретного виробника, скоригованих на прямі бюджетні субсидії. Рівень ринкової ціни є індикатором кон'юнктури ринку та сукупного впливу заходів його державної підтримки непрямого впливу, а на основі порівняльного аналізу сукупних витрат на одиницю продукції можна зробити певні висновки про ефективність технології конкретного виробника та рівень загального менеджменту на підприємстві.

Своєю чергою, процентний показник стійкості ринкових позицій товаровиробника за показниками витрат відображає рівень маржі конкретного виробника у % до середньої ціни внутрішнього (або світового) ринку. Зазначений показник є зручним для побудови карт сприйняття товарів різних товаровиробників сільськогосподарської продукції та може використовуватись у конкурентному аналізі для порівнянь. Ринкова позиція конкретного виробника може вважатись стійкою, якщо його процентний показник MP_i^p (%) більший (або рівний) від середньостатистичної позначки на відповідному ринку. Також тим кращу цінову позицію займає конкретний товаровиробник, чим вищим є його рівень означеного індикатора порівняно з конкурентом.

Одним з основних чинників впливу на умови цінової конкуренції на більшості ринків сільськогосподарської продукції є рівень прямої державної підтримки товаровиробників. Отже, для оцінки умов цінової конкуренції на світовому ринку в розрахунках виробничої маржі конкретного товаровиробника його сукупні витрати на один центнер доцільно скоригувати на бюджетні субсидії, пов'язані з виробництвом певного виду сільськогосподарської продукції, які належать до заходів «жовтої скриньки». За відсутності дискримінаційних підходів до окремих виробників на умови конкуренції на внутрішньому ринку означений чинник не впливає. Проте, відповідно до чинного законодавства в Україні й досі залишаються різні підходи щодо державної підтримки виробників сільськогосподарської продукції різних організаційно-правових формувань, отже, його слід враховувати при оцінці їх ринкових позицій.

Як ілюстрація важливості зазначеного критерію в міжнародній конкуренції може слугувати здійснений автопром конкурентний аналіз стійкості ринкових позицій за показниками витрат українських та німецьких сільськогосподарських виробників зернових та ріпаку [4, с. 219]. Як відомо, на цих ринках пшениці, ячменю, ріпаку Україна обіймає лідерські позиції, проте переваги досягаються за меншого рівня доходів вітчизняних аграріїв порівняно із зарубіжними конкурентами. Саме завдяки прямим бюджетним дотаціям за показниками витрат на цих ринках німецькі фермери є більш конкурентними порівняно з вітчизняними аграрними підприємствами. Так, рівень прямої бюджетної підтримки виробників пшениці в Німеччині становить 37,9 відсотка до сукупних витрат на одиницю виробленої продукції, а ячменю та ріпаку – відповідно 46,1 та 35,1 відсотка.

Як відомо, вітчизняні виробники такі субсидії не отримують. Саме цей чинник вплинув на те, що у вітчизняних аграріїв показники виробничої маржі як за внутрішніми, так і за світовими цінами щодо таких видів продукції є нижчими. Безумовно, це впливає на показники їх ринкової стійкості та значно обмежує доходи. Винятком є лише виробництво кукурудзи, де рівень державної підтримки в Німеччині найнижчий серед аналізованих видів продукції, а за співвідношенням сукупних витрат на одиницю продукції вітчизняні аграрії є найбільш конкурентними.

З організаційної точки зору стратегії позиціонування набувають ознак своєрідної динамічної бізнес-моделі, яка окреслює процес трансформації початкових ринкових позицій підприємства у стратегічні, отже, на стадії їх реалізації приймається низка стратегічних рішень на всіх управлінських рівнях. Вирішенню цього завдання сприяють обґрунтовані автором моделі стратегічного позиціонування аграрних підприємств та зроблені висновки щодо ефективності їх застосування в сучасних умовах. Для інтерпретації результативності стратегій позиціонування продукції аграрних підприємств було обґрунтовано систему економічних індикаторів, яка всебічно характеризує позиції товару (групи товарів) на ринку та обумовлює його роль у господарському портфелі підприємства.

Висновки. Таким чином, обґрунтовані вище моделі стратегічного позиціонування та методичні підходи їх аналізу забезпечують комплексне оцінювання внутрішніх та зовнішніх чинників, що впливають на економічні умови аграрних підприємств щодо реалізації стратегій. Зокрема, запропонована система індикаторів стійкості ринкових позицій сільськогосподарських підприємств за показниками витрат є ефективною у конкурентному аналізі, а також може використовуватись для міжнародних порівнянь. Запропоновані показники стійкості ринкових позицій є зручними для побудови карт сприйняття та рейтингування аграрних підприємств за рівнем витрат, що обумовлює їх практичну значущість.



Література:

1. Блэкуэлл, Р., Миниард, П., Энджел, Дж. (2007). *Поведение потребителей* / пер. с англ. Е. Колотвина, Л. Круглова-Морозова, 10 изд. Санкт-Петербург: Питер.
Blackwell, R., Miniard, P., Engel, J. (2007). *Povedenie potrebiteley* [Consumer Behavior], 10th Edition. Translated from English by Kolotvina, E., Kruglova-Morozova, L. St. Petersburg: Piter. [in Russian].
2. Данилишин, Б. М. (Ред.). (2008). *Стратегія розвитку продовольчого ринку в Україні*: монографія. Київ : Профі.
Danylyshyn, B. M (Ed.). (2008). *Stratehiia rozvytku prodovolchoho rynku v Ukraini* : monohrafiia [Food market development strategy in Ukraine: the monograph]. Kyiv: Profi. [in Ukrainian].
3. Єранкін, О. О. (2009). *Маркетинг в АПК України в умовах глобалізації*: монографія. Київ : КНЕУ.
Yerankin, O. O. (2009). *Marketynh v APK Ukrainy v umovakh hlobalizatsii*: monohrafiia [Marketing in the agro-industrial complex of Ukraine in the conditions of globalization: the monograph]. Kyiv: KNEU. [in Ukrainian].
4. Козак, Л. В. (2015). *Формування стратегії позиціонування продукції аграрних підприємства на внутрішньому та світовому ринках*: монографія. Острог: Видавництво НУ «Острозька академія».
Kozak, L. V. (2015). *Formuvannia stratehii pozytshuvannia produktsii ahrarnykh pidpriemstva na vnutrishnomu ta svitovomu rynkakh*: monohrafiia [Formation of product positioning strategies of agricultural enterprises on the domestic and world markets: the monograph]. Ostroh: Vydavnytstvo NU «Ostrozka akademiia». [in Ukrainian].
5. Котлер, Ф., Картаджайя, Г., Сетьяван, І. (2019). *Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового* / пер. з англ. К. Куніцької та О. Замасової, 2 вид. виправл. Київ: Вид. група КМ-БУКС.
Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan I. (2019). *Marketynh 4.0. Vid tradytsiinoho do tsyfrovoho* [Marketing 4.0: Moving From Traditional to Digital], 2nd edition Translated from English by Kunytska, K., Zamaieva, O. Kyiv: Vyd. hrupa KM-BUKS. [in Ukrainian].
6. Ламбен, Ж.Ж. (1996) *Стратегический маркетинг. Европейская перспектива*. Пер. с французского. Санкт-Петербург: Наука.
Lamben, Zh.Zh. (1996). *Stratehicheskyi marketynh. Evropeiskaia perspektyva* [Strategic Marketing. European perspective]. Translated from French. St. Petersburg: Nauka. [in Russian].
7. Окландер, М.А., Кірносорова, В.М. (2020). *Маркетингова товарна політика*: підручник. Київ: «Центр учбової літератури».
Oklander, M.A., Kirnosova, V.M. (2020). *Marketynhova tovarna polityka*: pidruchnyk [Marketing product policy: the manual]. Kyiv: «Tsentri uchbovoi literatury». [in Ukrainian].
8. Приб, К.А. (2015). Удосконалення засад стратегічного аналізу в сільськогосподарських підприємствах. *Ефективна економіка*, 2. <<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3771>> (2022, травень, 16).
Prib, K.A. (2015). Udoskonalennia zasad stratehichnoho analizu v silskohospodarskykh pidpriemstvakh [Improving fundamentals of strategic analysis in agricultural enterprises]. *Efektivna ekonomika* [Efficient Economy], 2. <<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3771>> (2022, May, 16). [in Ukrainian].
9. Присяжнюк, О. Ф. (2007). Методологічні підходи до визначення економічної ефективності маркетингових стратегій з урахуванням екологічних аспектів. *Вісник Сумського державного аграрного університету*, 1, 215–218.
Prisyazhnyuk, O.F. (2007). Metodolohichni pidkhody do vyznachennia ekonomichnoi efektyvnosti marketynhovykh stratehii z urakhuvanniam ekolohichnykh aspektiv [Methodological approaches to determining the economic efficiency of marketing strategies taking into account environmental aspects]. *Visnyk Sumskoho derzhavnoho ahrarnoho universytetu* [Bulletin of Sumy National Agrarian University], 1, 215–218. [in Ukrainian].
10. Портер, М. Е. (1998). *Стратегія конкуренції* / пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. Київ: Основи, 1998.
Porter, M. (1998). *Stratehiia konkurentsii* [Competitive strategy]. Translated from English by Oliinyk, A., Skilyskiy, R. Kyiv: Osnovy. [in Ukrainian].
11. Райс, Е., Траут, Дж. (2006). *Маркетингові війни* / пер. з англ. І. Коберник. Київ: Companion Group.
Ries, A., Trout, J. (2006). *Marketynhovi viiny* [Marketing Warfare]. Translated from English by Kobernyk, I. Kyiv: Companion Group. [in Ukrainian].
12. Скотт Д.-М. (2020). *Фанократія: перетворення фанів на клієнтів і клієнтів на фанів* / пер. з англ. Дмитра Антонюка. Київ: Yakaboo Publishing.
Scott, D. M. (2020). *Fanokratia: peretvorennia faniv na kliientiv i kliientiv na faniv* [Fanocracy: turning fans into customers and customers into fans]. Translated from English by Antoniuk, D. Kyiv: Yakaboo Publishing. [in Ukrainian].
13. Філановський, О. (2019). *Гра в бренди. Як збільшити шанси вашого бізнесу на успіх*. Київ: Наш формат.
Filanovskiy, O. (2019). *Hra v brandy. Yak zbilshyty shansy vashoho biznesu na uspih* [Brand game. How to increase your business chances for success]. Kyiv: Nash format. [in Ukrainian].



Отримано: 13 травня 2022 р.

Прорецензовано: 11 червня 2022 р.

Прийнято до друку: 14 червня 2022 р.

e-mail: o.o.liakhovych@nuwm.edu.ua

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-25(53)-31-38

Ляхович О. О., Скаковська С. С., Кречко М. Ю. Сутнісна характеристика транспарентної діяльності підприємства: переваги та недоліки. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»* : науковий журнал. Острогор : Вид-во НаУОА, червень 2022. № 25(53). С. 31–38.

УДК: 338.2

JEL-класифікація: M140, M210

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0002-6770-7970>

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0002-3415-9613>

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0001-6757-1025>

Ляхович Ольга Олександрівна,

*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та економічної безпеки
Національного університету водного господарства та природокористування*

Скаковська Світлана Степанівна,

*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та економічної безпеки
Національного університету водного господарства та природокористування*

Кречко Марія Юріївна,

*здобувач вищої освіти, бакалавр спеціальності
«Фінанси, банківська справа та страхування»*

Національного університету водного господарства та природокористування

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТРАНСПАРЕНТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

У статті здійснено обґрунтування теоретичних засад транспарентної діяльності підприємств. У ході дослідження було визначено сутність транспарентності, його основні елементи та функції. Розглянуто теоретичні аспекти безпекоорієнтованого підходу впровадження принципів транспарентної діяльності підприємства, реалізація яких дозволить реалізувати нові можливості, уникнути ризиків та забезпечити позитивний вплив на рівень економічної безпеки компанії.

Ключові слова: транспарентність, підприємство, економічна безпека.

Olha Liakhovych,

*PhD in Economics, Associate Professor, Department of Finance and Economic Security,
The National University of Water and Environmental Engineering*

Svetlana Skakovska,

*PhD in Economics, Associate Professor, Department of Finance and Economic Security,
The National University of Water and Environmental Engineering*

Maria Krechko,

*MA applicant, bachelor's degree in «Finance, Banking and Insurance»,
The National University of Water and Environmental Engineering*

THE ESSENTIAL CHARACTERISTICS OF TRANSPARENT BUSINESS ACTIVITIES: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

The paper is devoted to the theoretical aspects of enterprises' transparent activities. The study identified the essence of transparency at the micro level, its main elements and functions. The essence of transparent activity is also defined. Benefits and additional opportunities for transparency are revealed. External and internal effects from the implementation of transparent financial reporting are substantiated.

The advantages for the state, consumers, potential investors, financial analysts, audit companies are described. Priority measures to increase business transparency have been identified. In addition, there are shortcomings of transparent activities. Theoretical aspects of the security-oriented approach to the implementation of the principles of transparent activity of the enterprise are considered, the implementation of which will allow to realize new opportunities, avoid risks and ensure a positive impact on the company's economic security level. Disadvantages include the fact that information that is freely available may be of interest to competitors and its use for their own purposes, such as following strategy, releasing similar products and gaining market advantage, creating a competitive weakness for the organization.

According to research, the main advantages of transparency for the company are attracting talented staff, building trust, increasing productivity, increasing business responsibility, strengthening the competitive position and ensuring economic security. Thus, a security-oriented approach to transparent activities is based on a clear definition of confidential information



to be covered (trade secrets, details of competitive advantages, personal information, etc.). With clear boundaries, transparent activities will have a positive impact on economic security through key growth factors in sales revenue, net income, capital gains and turnover.

Keywords: transparency, enterprise, economic security.

Постановка проблеми. У сучасних умовах господарювання принцип «транспарентності» (прозорості) є ключовим фактором стратегії розвитку компанії та розбудови її взаємозв'язків зі стейкхолдерами. При цьому, слід зазначити, що у розвинених країнах світу доведено взаємозв'язок між прозорістю компаній та їх конкурентною позицією. Також питання прозорості та відкритості інформації про діяльність компаній відіграє важливу роль у фінансовому добробуті не лише окремого підприємства, а й країни в цілому. Саме тому подана тематика є актуальною у напрямі розробки заходів щодо підвищення ефективності транспарентності вітчизняних підприємств та трансформації економічних процесів в Україні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сутнісну характеристику поняття транспарентності досліджували такі вчені: В. М. Ігумнов, Р. В. Кузіна, Т. М. Наливайко, М. В. Пашковська, О. В. Рожнова, М. Ю. Романов, І. Ю. Суровцева. Вплив транспарентної діяльності на конкурентоспроможність підприємства вивчали І. А. Білоцька, Д. В. Головіна, В. Ю. Халіна, Р. К. Хубієв та ін. Поряд з цим, варто відмітити, що розробці безпекоорієнтованого підходу щодо впровадження принципів транспарентності на рівні підприємства приділено не достатню увагу.

Мета і завдання дослідження: обґрунтувати теоретичні засади транспарентної діяльності підприємства на основі безпекоорієнтованого підходу. Для досягнення вказаної мети необхідно дослідити сутнісну характеристику категорії «транспарентність», визначити основні елементи, функції, переваги й недоліки та обґрунтувати безпекоорієнтовані межі транспарентної діяльності на рівні підприємства.

Виклад основного матеріалу. В останні роки підходи транспарентної діяльності стали досить активно впроваджуватися як у державному, так і в приватному секторах. Рушійною силою таких тенденцій є трансформація економічних відносин в умовах цифровізації. В результаті таких умов інформація постає як важливий ресурс і ключовим фактором таких змін. Існує досить значна кількість наукових підходів щодо трактування поняття «транспарентності». Так, подану категорію можна трактувати в загальному контексті та на рівні різних економічних інститутів [3].

Слід зазначити, що термін «транспарентність» досить поширений і має коріння ще з різних мов. З англійської мови «transparency» перекладається як «прозорий». Проте загальноприйнятим вважається єдине походження поданого поняття з латинської мови, де «transparere» дослівно перекладається як «щось прозоре та зрозуміле» [4].

Сутнісна характеристика теоретичних підходів щодо трактування поняття «транспарентність» наведена в табл. 1.

Таблиця 1

Визначення сутності поняття «транспарентність»

Автор, джерело	Визначення
Oxford Dictionary	Певний стан прозорості
Р. В. Кузіна	Ступінь, з якою інвестори мають вільний доступ до будь-якої необхідної інформації про компанію, так і рівні цін, глибини ринку; якісна фінансова звітність, зрозуміла зовнішньому користувачеві, що дозволяє порівнювати компанії між собою, і підготовлена на загальноприйнятній системі облікових стандартів
М. Пашковська	Зasadниче поняття, яке у собі в тісному взаємозв'язку поєднує декілька категорій, як-от: прозорість, відкритість, гласність, громадську участь тощо, які визначають форми та способи функціонування органів державної влади та місцевого самоврядування у демократичній державі
Г. В. Пизіна	Як якість, що сприяє розширенню можливостей її взаємодії з громадянським суспільством через відкритість прийняття та реалізації рішень і активізації суспільного контролю. Саме гласність, прозорість та відкритість є, на думку автора, основними атрибутивними характеристиками транспарентності
С. А. Кузнецов	Відсутність секретності, доступність інформації
Р. К. Хубієв	Якісна характеристика фірми; її зміст полягає у системі відносин фірми з інвесторами та іншими заінтересованими сторонами на основі принципів відкритості, лояльності, взаємної вигоди та розвитку
Ж. В. Дерій, Н. В. Завгородня	Інформаційна прозорість або гласність, публічність середовища, в якому знаходиться суб'єкт та надає всім зацікавленим сторонам необхідну їм для прийняття раціональних рішень інформацію у відкритій, повній, своєчасній і зрозумілій формі

Джерело: складено автором на основі [3; 5; 7; 9; 14; 15].

На основі узагальнення зазначених підходів можна стверджувати, що в основному подана категорія пов'язана з такими характеристиками, як «прозорість» та «відкритість». Варто відмітити, що досить часто зазначені терміни застосовуються як рівнозначні та у взаємозв'язку з такими поняттями, як «гласність» та «публічність». На думку більшості науковців, здебільшого категорія «транспарентності» має тісний зв'язок з забезпеченням доступу до інформації про соціально-економічні, політичні, культурні та інші процеси [15].

Отже, транспарентність на мікрорівні – це рівень відкритості підприємства, що включає достовірну, доступну та неупереджену інформацію про його діяльність. Під транспарентною діяльністю підприємства слід розуміти висвітлення у відкритому доступі достовірної інформації та пояснень щодо об'єктивного уявлення про фінансові та нефінансові показники підприємства [2]

Загальна характеристика поняття транспарентності представлена на рис.1. Відповідно, дотримуючись критеріїв транспарентності та висвітлюючи актуальну інформацію для всіх зацікавлених користувачів, підприємство матиме ряд конкурентних переваг, що дозволить зміцнити економічні показники підприємства у середньо- та довгостроковій перспективі.

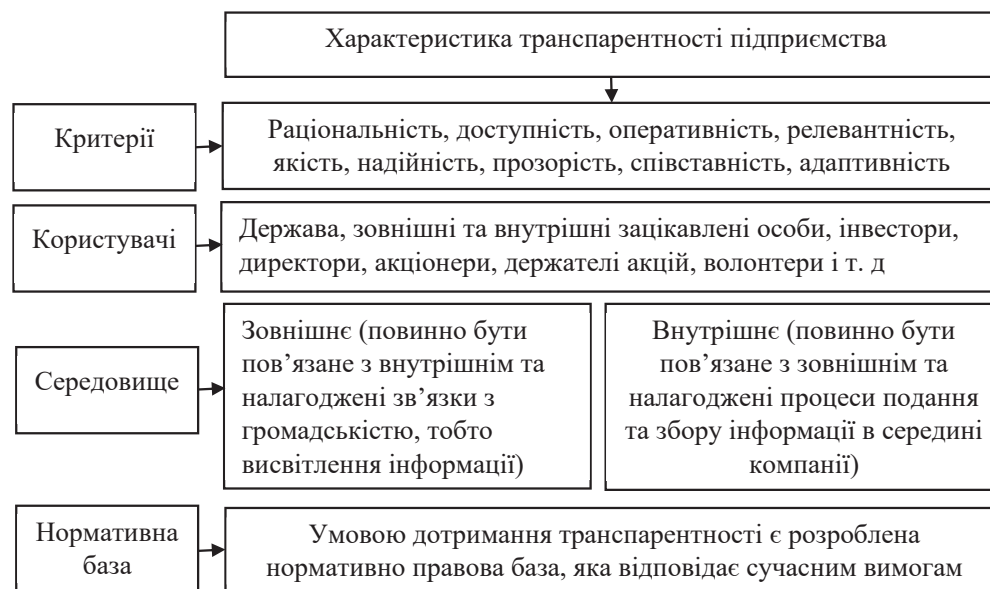


Рис. 1. Характеристика транспарентності підприємства

Джерело: складено автором на основі [3; 15].

Транспарентна діяльність відкриває перед підприємством такі переваги та додаткові можливості:

1. Залучення висококваліфікованого персоналу. Адже відкритість бізнесу є важливим фактором серед прогресивних співробітників при виборі роботодавця.

2. Зміцнення довіри. Багато клієнтів ототожнюють транспарентність у бізнесі з моральним виглядом підприємства. У 2016 р. результати досліджень консалтингової компанії Label Insight для Roi Study показали, що 94 % споживачів віддають перевагу брендам, що дотримуються прозорості виробничих процесів [16].

3. Підвищення продуктивності праці. Ефективність співробітників компанії залежить від повноти інформації та обсягу делегованих повноважень.

4. Посилення відповідальності бізнесу. Роблячи дані доступними, керівники компаній демонструють готовність звітувати за кожен крок компанії. Дослідження Label Insight показало, що споживачі готові платити більше за продукцію, яку виготовляють «прозорі» компанії [16].

Впровадження принципів транспарентності сприяють проведенню прогнозування підприємницької діяльності на вищому, «якісному» рівні. Також транспарентність являється значним «нематеріальним активом», адже впливає на підвищення ринкової вартості підприємства на основі створення додаткової вартості суб'єкта господарювання. Саме з такої позиції транспарентність можна розглядати як якісну характеристику діяльності компаній, оцінка якої здійснюється на основі визначення рівня прозорості висвітлення фінансової та нефінансової інформації про діяльність підприємства. Відповідно транспарент-



на діяльність включає сукупність рішень щодо розкриття інформації, основною метою яких є створення повного та достовірного уявлення про діяльність підприємства.

До основних елементів прозорості включають фінансову, правову, адміністративну, технологічну, соціальну, кадрову, екологічну та корпоративну прозорість (табл. 2).

Таблиця 2

Основні елементи прозорості підприємства

Елемент прозорості	Сутність елемента прозорості
Фінансова прозорість	Актуальність, достовірність, повнота, ясність та доступність фінансової звітності.
Правова прозорість	Відкритість інформації щодо заснування підприємства, її власників, стану корпоративного управління, взаємовідносин з клієнтами, співробітниками, державними органами, дані щодо судових рішень.
Адміністративна прозорість	Відкритість документів щодо органів управління на підприємстві, відкритість процесу прийняття рішень.
Технологічна прозорість	Повідомлення щодо використання певних технологій під час виробництва продукції (надання послуг), інформація про надходження сировини, основних партнерів.
Соціальна прозорість	Повідомлення щодо програм розвитку для працівників підприємства, реалізації соціальних проектів, наявні зрозумілі принципи діяльності на засадах соціальної відповідальності.
Кадрова прозорість	Чітка регламентація роботи шляхом культивування єдності структури формалізованих вимог та норм, побудова системи заходів дисциплінарного характеру, що визначають рівень відповідальності, залученість працівників до прийняття рішень.
Екологічна прозорість	Показ суспільству намірів та їх реалізації щодо дотримання екологічних норм та стандартів.
Корпоративна прозорість	Відкритість та зрозумілість етичного кодексу, культурних норм та правил поведінки всередині компанії.

Джерело: складено автором на основі [1; 12; 15].

Варто зробити акцент щодо взаємозв'язку прозорості та вартості інформації. Як відомо, діяльність будь-якого підприємства напряму пов'язана з таким поняттям як «інформація»; а сама прозорість визначається безпосередньо здатністю компанії представляти інформацію у вільному доступі, яка необхідна іншим зацікавленим учасникам (стейкхолдерам). Відповідно інформація проходить етапи виходу, обробки та передачі. Так як інформація перетворюється в економічний ресурс, у неї з'являється вартість [3].

Основні якісні характеристики прозорої інформації підприємства наведено на рис. 2. До них відносять актуальність, достовірність, ясність та повноту.



Рис. 2. Основні якісні характеристики прозорої інформації підприємства

Джерело: складено автором на основі [17, с. 10].

Головним фінансовим документом, який максимально повно та прозоро відкриває всі вагомі дані про діяльність підприємства, що надається внутрішнім та зовнішнім користувачам для прийняття економічних рішень, є прозора фінансова звітність. Прозора фінансова звітність є важливою складовою розвитку підприємства, що безпосередньо дозволяє не лише визначити рівень фінансової безпеки підприємства, але і сформулювати належні інвестиційні умови з метою покращення фінансового стану підприємства у перспективі. Основні функції прозорості фінансової звітності наведено на рис. 3.

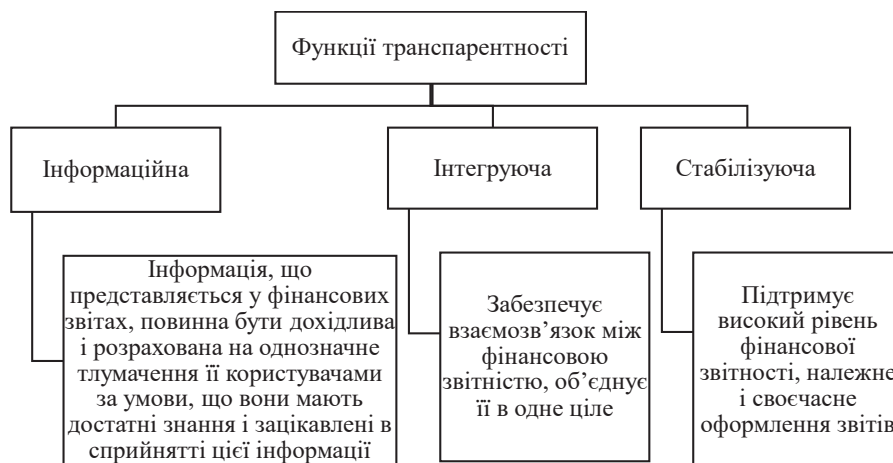


Рис. 3. Основні функції транспарентності фінансової звітності

Джерело: складено автором на основі [10; 11; 13].

Зовнішній ефект від впровадження транспарентної фінансової звітності полягає в отриманні якісної інформації щодо господарської діяльності підприємства, формуванні репутації «відкритого» підприємства, підвищенні довіри ринку та інвесторів, найбільш повному задоволенні інформаційних потреб існуючих та потенціальних інвесторів, кредиторів та позикодавців.

Внутрішній ефект зростання транспарентності фінансової звітності полягає в зниженні вартості доступного залученого капіталу, підвищенні корпоративної культури і, найголовніше, покращенні якості управлінської інформації і зниженні витрат на ведення управлінського обліку. Як зовнішній, так і внутрішній ефекти зростання транспарентності фінансової звітності полягають в отриманні достовірної, прозорої інформації щодо підприємства та його діяльності в процесі прийняття рішень користувачами на мікро- та макрорівні [10].

Якщо підприємству вдасться через свою відкритість залучити інвестиції та реалізувати нові проекти, то сама транспарентність виступає суттєвим рушійним фактором в економічному зростанні. Проте відкритість у ринковій економіці є суперечливою. З метою вивчення таких суперечностей потрібно детальніше висвітлити як переваги, так і недоліки поданого явища.

Транспарентність насамперед допомагає визначити ринкову вартість компанії, її публічну оцінку ринком. Причому не лише потенційним інвесторам чи конкурентам, а й фінансовим аналітикам, аудиторським компаніям. Так, зі сторони аудиторських фірм транспарентність дозволить виконувати повноцінну роботу з метою підвищення ефективності бізнесу та розкриття найважливіших та найглибших питань перед тими, хто зацікавлений у детальному розумінні функціонування бізнесу. Прозорість допомагає аудитору давати поради та рекомендації власнику бізнесу, що спрямовані на максимізацію його вартості.

Зі сторони рейтингового агентства та інвесторів транспарентність є найважливішою складовою інвестиційної привабливості підприємства. Іншими словами, прозорість означає відкритість компанії, готовність ефективно працювати для кожного акціонера, інвестора чи партнера; це показник наявності стратегічних цілей та бізнесу, налаштованого працювати серйозно та довго.

Для держави транспарентність забезпечить прозору податкову політику підприємств, сприятиме зменшенню тіньового сектору та збільшенню наповненості доходів бюджету, активізуватиме іноземне інвестування, а також забезпечуватиме виконання цілей сталого розвитку, що проявлятиметься у введенні соціально відповідального бізнесу. Беззаперечним є той факт, що в цілому всі складові економічної безпеки держави матимуть позитивний вплив від транспарентної діяльності підприємств.

Транспарентність також позитивно впливатиме на збільшення довіри у споживачів до продукції компанії, що забезпечить розширення ринку збуту. Таким чином, оприлюднення складу акціонерів, максимальна прозорість фінансової документації, інформація про всі великі угоди, незалежний аудит та оцінка, опублікування нефінансової інформації суттєво підвищують довіру до компаній.

Виходячи з цього, до основних першочергових заходів щодо підвищення прозорості бізнесу слід віднести розкриття інформації про акціонерний капітал; опублікування фінансової звітності згідно вітчизняних та міжнародних стандартів; розкриття нефінансової інформації; підвищення рівня корпоративної культури; гнучка, але прозора податкова політика; забезпечення прозорості витрат, у тому числі капітальних, а також будь-яких коштів, що спрямовуються на стратегічні цілі; відкритість менеджменту; підвищення



кваліфікації керівника персоналу; використання сучасних бізнес-технологій; залучення незалежного оцінювача для оцінки підприємства та ін.

Отже, до основних переваг ведення прозорої діяльності варто віднести покращання бізнес-процесів; більшу можливість залучення інвестиційного капіталу, підвищення мотивації та продуктивності праці персоналу, формування позитивної репутації компанії, доступ до нових ринків, ефективне управління ризиками, вдосконалення екологічного менеджменту тощо. Прямим наслідком підвищення інформаційної прозорості ключових підприємств та державних інститутів стане поступова трансформація їх діяльності (під впливом громадянського суспільства) у напрямку забезпечення сталого розвитку національної економіки.

Проте, слід зазначити, що транспарентність, з одного боку, повинна продемонструвати свої конкурентні переваги, щоб домогтися інвестиційної привабливості. З іншого боку, відкриваючи свої переваги, підприємство може зробити їх надбанням конкурентів, які можуть їх опанувати, не несучи симетричних витрат. Поряд з цим підприємство може розраховувати на новий рівень розвитку, якщо вдасться залучити зовнішні інвестиції. Тому транспарентність фірми – процес суперечливий. Він пов'язаний із ризиками, які вимагають оцінок.

До недоліків слід віднести те, що інформацією, яка перебуває у вільному доступі, можуть зацікавитися конкуренти і використовувати її у своїх цілях, таких як наслідування стратегії, випуск аналогічних товарів та отримання переваги на ринку, створюючи конкурентну слабкість для організації. Також, співробітники можуть передавати інформацію зацікавленим особам або використовувати з іншою корисливою метою. Таке відбувається, якщо є відкритість, а контролю немає, тому потрібно пам'ятати про інформаційну безпеку та трудові договори. У сучасних умовах грамотний керівник повинен вміти знаходити баланс: знати, яка інформація повинна бути у вільному доступі, а яку варто приховувати, адже потенційна конкурентна слабкість компанії є водночас основною вигодою для конкурентів.

Відповідно до вищевказаного дослідження переваг та недоліків транспарентності варто зазначити, що транспарентність повинна мати встановлені межі. Ці межі повинні перш за все визначати об'єм інформації, яка є необхідною для підвищення репутації підприємства та водночас яка задовольнила б інтереси всіх зацікавлених учасників та не несла б загрози економічній безпеці підприємства. Крім того, між такими межами транспарентності існує так звана «сіра зона», у якій існують ризики розкриття інформації для конкурентів, наприклад, шляхом комерційного шпionажу або недоліків системи безпеки підприємства (рис. 4.).



Рис. 4. Вплив транспарентності на діяльність підприємства на основі безпекоорієнтованого підходу

Джерело: розроблено автором на основі [8].



У процесі транспарентної діяльності з підприємством взаємодіють економічні суб'єкти, які зацікавлені у співпраці, а також відповідні органи корпоративного та державного контролю. Таким чином, основні взаємозв'язки між суб'єктами включають взаємини між власниками та співробітниками, співпрацю між фірмою та партнерами, особливо фінансово-інвестиційними; взаємовідносини з клієнтами; відносини з державою та з громадськістю.

Висновки. За результатами досліджень можна стверджувати, що для підприємства основними перевагами транспарентності є залучення талановитого персоналу, зміцнення довіри, підвищення продуктивності праці, посилення відповідальності бізнесу, посилення конкурентної позиції та забезпечення економічної безпеки. Проте, поряд з цим є і недоліки такої діяльності, що пов'язані із ризиками, які вимагають відповідних оцінок. З метою зменшення рівня ризиковості запропоновано безпекоорієнтований підхід до транспарентної діяльності, що базується на чіткому визначенні закритої інформації до висвітлення (комерційна таємниця, деталізація конкурентних переваг, особиста інформація та ін). При чіткому встановленні меж транспарентна діяльність позитивно впливатиме на стан економічної безпеки через ключові фактори зростання виручки від реалізації, чистого прибутку, зростання вартості капіталу та показників оборотності.

Література:

1. Білоцька І. А. Транспарентність корпоративного сектору як передумова результативності бізнесу в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 5–6. С. 54–58.
2. Bilotska, I. A. (2020). Transparentnist korporatyvnoho sektoru yak peredumova rezultatyvosti biznesu v Ukraini. *Investytstii: praktyka ta dosvid*, 5–6, 54–58. [in Ukrainian].
3. Богущька Л. Реалізація принципів транспарентності суб'єктами господарювання. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2017. № 4. С. 149–158. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2017_4_16 (дата звернення: 10.05.2022).
4. Bohutska, L. (2017). Realizatsiia pryncypiv transparentnosti sub'iektamy hospodariuvannia. *Visnyk Ternopil'skoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu*, 4, 149–158. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2017_4_16> (2022, traven, 10). [in Ukrainian].
5. Винниченко Н. В., Мірошніченко О. В., Черкай О. О. Прозорість звітності вітчизняних підприємств як передумова забезпечення фінансової стабільності. *Прийзовський економічний вісник*. 2020. № 6 (23). С. 240–246.
6. Vynnychenko, N. V., Miroshnychenko, O. V., Cherkai, O. O. (2020). Prozorist zvitnosti vitchyznianskykh pidpriemstv yak peredumova zabezpechennia finansovoї stabilnosti. *Pryazovskyi ekonomichnyi visnyk*, 6 (23), 240–246. [in Ukrainian].
7. Наливайко Л. Р., Романов М. Ю. Поняття, ознаки та значення транспарентності в контексті євроінтеграції. *Visegrad Journal on Human Rights*. 2016. № 4/1. С. 152–157. URL: <https://er.dduvs.in.ua/bitstream/123456789/2026/1/10.pdf> (дата звернення: 05.05.2022).
8. Nalyvaiko, L.R., Romanov, M.Yu. (2016). Poniattia, oznaky ta znachennia transparentnosti v konteksti yevrointehratsii. *Visegrad Journal on Human Rights*, 4/1, 152–157. <<https://er.dduvs.in.ua/bitstream/123456789/2026/1/10.pdf>> (2022, traven, 5). [in Ukrainian].
9. Дерій Ж. В. Транспарентність інноваційної діяльності як необхідна умова існування та розвитку харчової промисловості України. *Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка*. 2016. № 1(2). С. 264–267.
10. Derii, Zh.V. (2016). Transparentnist innovatsiinoї diialnosti yak neobkhdna umova isnuvannia ta rozvytku kharchovoї promyslovosti Ukrainy. *Naukovyi visnyk Uzhhorod'skoho universytetu*, *Ekonomika*, 1(2), 264–267. [in Ukrainian].
11. Єсімов С. С., Бондаренко В. А. Транспарентність як принцип діяльності органів публічного управління в умовах використання інформаційних технологій. *Соціально-правові студії*. 2018. № 1. С. 42–49.
12. Yesimov, S.S., Bondarenko, V. A. (2018). Transparentnist yak pryncyp diialnosti orhaniv publicnoho upravlinnia v umovakh vykorystannia informatsiinykh tekhnolohii. *Sotsialno-pravovi studii*. 2018, 1, 42–49. [in Ukrainian].
13. Кузіна Р. В. Транспарентність корпоративної звітності як основа її формування. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки*. 2015. № 12. С. 193–197. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_12/102.pdf (дата звернення: 10.05.2022).
14. Kuzina, R.V., (2015). Transparentnist korporatyvnoi zvitnosti yak osnova yii formuvannia. *Naukovyi visnyk Kherson'skoho derzhavnoho universytetu*, *Ekonomichni nauky*, 12, 193–197. <http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_12/102.pdf> (2022, traven, 10). [in Ukrainian].
15. Ляхович О. О., Оплачко І. О. Економічна безпека та транспарентність підприємств в умовах цифровізації. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економіка*. 2021. № 2 (94). С. 100–111.
16. Liakhovich, O. O., Oplachko, I. O. (2021) Ekonomichna bezpeka ta transparentnist pidpriemstv v umovakh tsyfrovizatsii. *Visnyk Natsionalnoho universytetu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannia*, *Ekonomika*, 2 (94), 100–111. [in Ukrainian].
17. Пашковська М. В. Поняття транспарентності в сучасній науці «Державне управління». *Ефективність державного управління*. 2013. № 34. С. 135–143. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2013_34_16 (дата звернення: 10.05.2022).



Pashkovska, M. V. (2013). Poniattia transparentnosti v suchasni nautsi «Derzhavne upravlinnia». *Efektivnist derzhavnogo upravlinnia*, 34, 135-143. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2013_34_16> (2022, traven, 10). [in Ukrainian].

10. Потриваєва Н. В., Кореновська Т. О. Транспарентність як забезпечення повноти висвітлення інформації у фінансовій звітності. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 8. С. 1169–1171. URL: <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/245.pdf> (дата звернення: 10.05.2022).

Potryvaieva, N.V., Korenovska, T.O. (2015). Transparentnist yak zabezpechennia povnoty vysvitlennia informatsii u finansovii zvitnosti. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, 8, 1169–1171. <<http://global-national.in.ua/archive/8-2015/245.pdf>> (2022, traven, 10). [in Ukrainian].

11. Рубанов П. М. Сутність та значення транспарентності для діяльності фінансових посередників в сучасних умовах. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки*. 2014. № 9 (7). С. 189–193. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_09/368.pdf (дата звернення: 05.05.2022).

Rubanov, P. M. (2014). Sutnist ta znachennia transparentnosti dlia diialnosti finansovykh poserednykiv v suchasnykh umovakh. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu, Ekonomichni nauky*, 9 (7), 189-193. <http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_09/368.pdf> (2022, traven, 5). [in Ukrainian].

12. Суровцева І. Ю. Транспарентність управлінських структур: шляхи інформаційної прозорості. *Менеджер*. 2016. № 1. С. 55–61.

Surovtseva, I.Yu. (2016). Transparentnist upravlinskykh struktur: shliakhy informatsiinoi prozorosti. *Menedzher*, 1, 55-61. [in Ukrainian].

13. Терещук Г. Транспарентність як явище та вимога публічно-владної діяльності. *Актуальні проблеми правознавства*. 2019. № 2. С. 83–88. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprpr_2019_2_16 (дата звернення: 05.05.2022).

Tereshchuk, H. (2019) Transparentnist yak yavyshe ta vymoга publichno-vladnoi diialnosti. *Aktualni problemy pravoznavstva*, 2, 83-88. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprpr_2019_2_16> (2022, traven, 5). [in Ukrainian].

14. Халіна В. Ю. Методичний підхід щодо оцінки рівня економічної безпеки підприємства. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2014. № 1. С. 173–181. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2014_1_24 (дата звернення: 05.05.2022).

Khalina, V. Yu. (2014) Methodychnyi pidkhid shchodo otsinky rivnia ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva. *Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnogo instytutu, Ekonomichni nauky*, 1., 173-181. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2014_1_24> (2022, traven, 5). [in Ukrainian].

15. Халіна В. Ю., Сироватський О. А. Транспарентність діяльності будівельного підприємства як детермінант довіри стейкхолдерів. *Економічний простір*. 2020. № 156. С. 166–170. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/156-30> (дата звернення: 10.05.2022).

Khalina, V. Yu., Syrovatskyi, O. A. (2020) Transparentnist diialnosti budivelnoho pidpriemstva yak determinant doviry steikholderiv. *Ekonomichniy prostir*, 156, 166-170. <<https://doi.org/10.32782/2224-6282/156-30>> (2022, traven, 10). [in Ukrainian].

16. Driving Long- Term Trust and Loyalty Through Transparency *The 2016 Label Insight Transparency ROI Study*. <<https://businessdocbox.com/Marketing/71520256-Driving-long-term-trust-and-loyalty-through-transparency-the-2016-label-insight-transparency-roi-study.html>> [in English].

Driving Long- Term Trust and Loyalty Through Transparency *The 2016 Label Insight Transparency ROI Study*. <<https://businessdocbox.com/Marketing/71520256-Driving-long-term-trust-and-loyalty-through-transparency-the-2016-label-insight-transparency-roi-study.html>> [in English].



Отримано: 26 травня 2022 р.

Прорецензовано: 16 червня 2022 р.

Прийнято до друку: 18 червня 2022 р.

e-mail: yurasemenenkowork@gmail.com

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-25(53)-39-48

Семененко Ю. С. Моделювання діяльності відділу маркетингу та продажів та впливу на нього систем самоменеджменту за допомогою програмного засобу AnyLogic. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: науковий журнал. Острог: Вид-во НаУОА, червень 2022. № 25(53). С. 39–48.

УДК: 330.46

JEL-класифікація: C500

Семененко Юрій Сергійович,аспірант Західноукраїнського національного університету,
м. Тернопіль**МОДЕЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВІДДІЛУ МАРКЕТИНГУ
ТА ПРОДАЖІВ ТА ВПЛИВУ НА НЬОГО СИСТЕМ САМОМЕНЕДЖМЕНТУ
ЗА ДОПОМОГОЮ ПРОГРАМНОГО ЗАСОБУ ANYLOGIC**

Враховуючи сучасні умови діяльності компаній на висококонкурентному ринку виникає потреба в моделюванні діяльності як окремих відділів, так і компаній загалом. Метою статті є розкриття можливостей засобу для імітаційного моделювання AnyLogic, створення моделі діяльності відділу маркетингу та продажів умовної компанії, дослідження результатів впровадження систем для самоменеджменту в відділі маркетингу та продажів та аналіз результатів.

Ключові слова: імітаційне моделювання, моделювання в AnyLogic, моделювання діяльності відділу маркетингу та продажів, самоменеджмент.

Yurii Semenenko,

Postgraduate student, Western Ukrainian National University, Ternopil

**MODELING OF THE ACTIVITIES OF MARKETING AND SALES DEPARTMENT
AND THE IMPACT OF SELF-MANAGEMENT SYSTEMS USING
THE ANYLOGIC SOFTWARE ON IT**

In today's market, many companies have to operate in the conditions of high competition. Each company is struggling to gain the advantage which will make them stand out from the competitors. They try to achieve such a competitive advantage through marketing, improving product quality or increasing the efficiency of processes within the company. One of the methods of gaining competitive advantage is the introduction of new management systems, such as self-management.

Given the market situation, a large number of companies face uncertainty. It is difficult to predict the results of initiative implementation. Such working conditions seriously increase the complexity of managing these systems. For example, in a rapidly evolving business environment, it is difficult to make the right decisions. In the process of work, we encountered a problem in forecasting the behaviour of the system and the environment. Implementation of simulation in the company makes it possible to predict the result taking into account various scenarios. An important condition for creating the right models in accordance with the tasks is successful choice of simulation methodology and software.

In our work, we considered different approaches to modelling, outlined the main steps to be taken when constructing a simulation model and drew the general rules for constructing such a model. We briefly analysed the systems and software that can be used for simulation, considered their advantages and disadvantages. AnyLogic is a simulation software, the main principles of its operation, its benefits and weak points were discussed in more detail. With the help of the software AnyLogic the activities of the marketing department at the conventional enterprise were simulated, the potential impact of the of such a department self-management system implementation was pre-estimated and the expected result from such a system implementation in a particular unit was modelled.

Keywords: Simulation modeling, modeling in AnyLogic, modeling of marketing and sales activities, self-management.

У сучасних умовах дослідження діяльності окремих компаній, соціальних груп або регіонів тісно пов'язані з побудовою реально існуючих систем, аналізом поточної ситуації та прогнозуванням подальшої поведінки. Найбільш перспективним та затребуваним на сьогодні є метод імітаційного моделювання. Перевага цього методу в тому, що він поєднує в собі експериментальний підхід та використання сучасного програмного обладнання. За допомогою комп'ютерного моделювання можна зробити процес діяльності окремої системи більш наочним та зрозумілим для пересічного користувача.

У цій статті розглядаються різні підходи моделювання. Визначаються переваги імітаційного моделювання та основні кроки побудови моделей на основі такого моделювання. Проводиться короткий аналіз системи для імітаційного моделювання AnyLogic та базовий приклад моделювання діяльності під-



приємства. Метод імітаційного моделювання на сьогодні є актуальним та затребуваним, а отже, буде продовжувати розвиватись та вдосконалюватись.

У нашій роботі створюється модель діяльності відділу маркетингу та продажів, розраховується ефективність її діяльності та моделюється збільшення ефективності після впровадження елементів самоджменту в конкретному відділі.

Постановка проблеми. Враховуючи потребу в моделюванні великої кількості процесів, компаній та систем, сучасний ринок програмних продуктів пропонує велику кількість програмних засобів для імітаційного моделювання. Виникає проблема в пошуку та виборі конкретного засобу для імітаційного моделювання з відповідними можливостями.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі розвитку економіки та підприємств складні економічні системи вимушені працювати в умовах невизначеності. Такі умови роботи серйозно підвищують складність управління такими системами. Наприклад, в бізнес-середовищі, яке динамічно розвивається, складно приймати правильні рішення. В процесі роботи виникає проблема в прогнозуванні поведінки системи та зовнішнього середовища. Прогнози потрібно постійно оновлювати залежно від того, як змінюються умови зовнішнього середовища та в самій системі. Імітаційне моделювання дає можливість розрахувати множини прогнозів за різними сценаріями залежно від динамічного формування різноманітних ситуацій практично необмеженої складності. Важливою умовою створення правильних моделей відповідно до поставлених завдань є вдале обрання методології моделювання та програмних засобів.

Одним з найбільш ефективних методів дослідження складних систем, наприклад, економічних, є імітаційне моделювання. Імітація передбачає відтворення певних подій дійсності та полягає у з'ясуванні або відтворенні тих або інших властивостей реальних об'єктів, процесів та явищ за допомогою абстрактного відображення.

Імітаційне моделювання – це числові розрахунки для отримання статистичної вибірки на математичні моделі для оцінки імовірних характеристик шуканих величин. Точність моделі є дуже важливою для імітаційного моделювання. Тут важлива межа, зайве підвищення точності може призвести до труднощів в разі її реалізації на комп'ютері.

По факту імітаційне моделювання – це насамперед експериментальний метод дослідження реальної системи за її імітаційною моделлю. З допомогою такої моделі можна прогнозувати результати певних змін, які будуть впливати на систему.

До переваг імітаційного моделювання можна зарахувати:

1. Відображення динамічних процесів та поведінкових аспектів зовнішнього середовища.
2. Можливість виявити певні закономірності, динамічні тенденції розвитку та функціонування складної системи в умовах неповної та неточної інформації.
3. Опис взаємодії та поведінки безлічі активних агентів в соціальних системах.
4. Реалізацію принципів об'єктно-орієнтованого проектування і застосування високотехнологічних рішень при побудові комп'ютерних моделей.

Можна виділити два рівні моделювання:

1. **Натуральне (фізичне) моделювання.** Для такого моделювання характерні:

- вимірювання характеристик відбувається на досліджуваних системах в реальному часі;
- дослідник отримує результати, ведучи спостереження за системами в реальних умовах.

Переваги моделювання:

- висока адекватність моделі реальній системі;
- висока точність результатів.

Недоліки моделювання:

- висока вартість створення моделі;
 - великі часові затрати;
 - потреба в доопрацюванні окремих вузлів системи для проведення натуральних експериментів.
2. **Аналітичне моделювання.** Для такого моделювання характерні:
 - модель презентує собою сукупність аналітичних виразів, які відображають яскраві залежності між параметрами реальної системи в процесі її роботи: лінійні і нелінійні рівняння, диференціальні та інтегральні рівняння, імовірнісні залежності;
 - аналітичні моделі можуть використовуватись для нескладних систем, при дослідженні яких не потрібно великої точності.

Переваги аналітичного моделювання:

- низька вартість та простота моделі;
- можливість швидко отримати результати.



Недоліки аналітичного моделювання:

- велике число обмежень;
- велике число припущень;
- точність результатів може бути не високою;
- відповідність результатів певним умовам;
- велика складність аналітичного опису функціональних залежностей.

Головною проблемою при правильній побудові будь-якої імітаційної моделі залишається необхідність побудови комплексних математичних моделей і розробки програмного коду імітаційної моделі. У сучасних середовищах для імітаційного моделювання розробники стараються спростити цей процес за допомогою автоматичної побудови коду моделі та зручного для користувача візуального середовища для моделювання.

В імітаційному моделюванні можна виділити такі основні підходи:

– Системна динаміка. Вперше була використана в 1961 р. в якості інструменту для дослідження інформаційних зворотних зв'язків у виробничо-господарській діяльності. Така модель описує поведінку систем та її структуру як безліч взаємопов'язаних та взаємодіючих між собою зв'язків та затримок. Математично таку модель можна відтворити як систему диференціальних рівнянь.

– Дискретне моделювання використовується, якщо можна припустити, що змінні в певній системі змінюються миттєво в певні проміжки часу. Такий підхід імітаційного моделювання є найпоширенішим та використовується для дослідження соціально-економічних, технічних, логістичних та інших процесів.

– Агентське моделювання насамперед використовується для дослідження децентралізованих систем, розвиток яких визначається не загальними правилами і законами, а умовами, коли ці правила та закони виникають на основі діяльності окремих учасників модельованої групи. Такий підхід до моделювання є найбільш універсальним та потужним, він дає можливість врахувати будь-які складні структури та їх поведінку.

При розробці імітаційної моделі потрібно розуміти, який результат очікується внаслідок експерименту та які фактори будуть враховуватись. Можемо виділити основні етапи розробки імітаційної моделі:

1. Формулювання мети дослідження – важливо розуміти, який показник буде досліджуватись. Це вплине на фактори, які будуть враховуватись під час моделювання.
2. Збір інформації і даних. Важливо зібрати попередні історичні дані та дослідити закономірності між ними для того, щоб пізніше використати їх під час побудови моделі.
3. Розробка концептуальної моделі.
4. Перевірка концептуальної моделі на адекватність поставленій задачі та виконання структурного критичного аналізу.
5. Переведення концептуальної моделі в комп'ютерну форму за допомогою спеціальних програмних засобів.
6. Верифікація отриманої моделі. Перевірка моделі на адекватність та відповідність вимогам.
7. При потребі повернення до пунктів 1–3, якщо модель не пройшла етап верифікації.
8. Розробка, виконання й аналіз експериментів.
9. Документування, опис, прогнозування та створення висновків на основі отриманих результатів.

Для того, щоб модель була максимально адекватною, потрібно ще на етапі розробки до процесу залучати експертів. Важливо, щоб експерт мав великий досвід в області моделювання та базові знання самого процесу імітаційного моделювання.

Для верифікації моделі можуть бути використані різні методи: анімація, порівняння з іншими моделями, тести на екстремальні умови, залучення зовнішніх експертів.

Пакет AnyLogic призначений і використовується для розробки і дослідження імітаційних моделей. На сьогодні цей пакет – найпотужніший інструмент імітаційного моделювання, який забезпечує підтримку всіх підходів до створення імітаційних моделей. Побудований на базі нових ідей, які використовуються в інформаційних технологіях, теорії паралельних взаємодіючих процесів і теорії гібридних систем. З використанням цих ідей значно спрощується побудова складних імітаційних моделей для систем різного рівня. Є можливість використовувати один інструмент для вивчення і використання різних стилів моделювання.

При розробці моделі в AnyLogic можна використовувати концепції і засоби з класичних областей імітаційного моделювання: динамічних систем, дискретного моделювання, системної динаміки, агентського моделювання. Крім того, AnyLogic дозволяє інтегрувати різноманітні підходи з метою отримати більш повну картину.



З допомогою програми AnyLogic змодельюємо базовий рівень діяльності компанії.

Насамперед проведемо оцінку ринку. Для того, щоб оцінити ринок, потрібно розуміти, хто саме є покупцями або потенційними покупцями компанії. Вік, стать, інтереси, потреба користувача, яка буде задоволена компанією. Після виведення так званого портрету клієнта потрібно проаналізувати результати компанії за попередній рік. Наприклад, наша компанія здійснила 100 продажів на суму 10 млн грн. Скориставшись даними держстату, інформацією за ключовими запитами в інтернеті, можемо розрахувати кількість потенційних користувачів за попередній рік.

Наприклад, скориставшись сервісом Google Trends і перевіривши запит «Зерносушилка», можемо побачити, що за минулий рік було зроблено 981 запит.

$$Poz O = \frac{10000000}{100} * 981 = 98100000 \quad (1)$$

Для моделі візьмемо кількість потенційних клієнтів 981

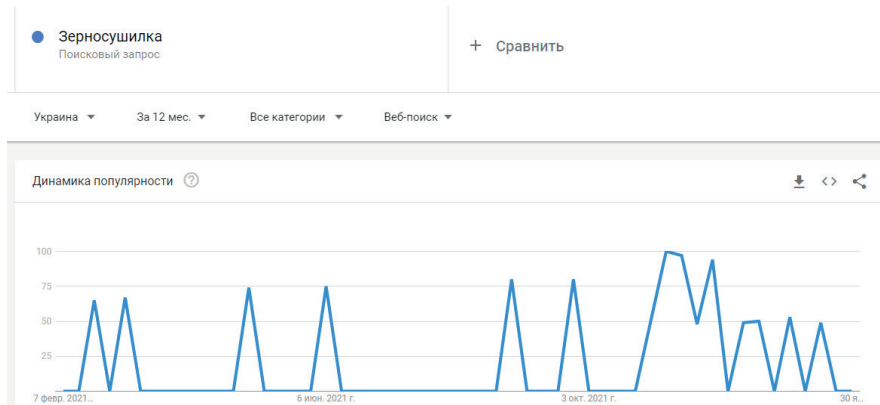


Рис. 1. Дослідження кількості потенційних клієнтів з допомогою Google Trends

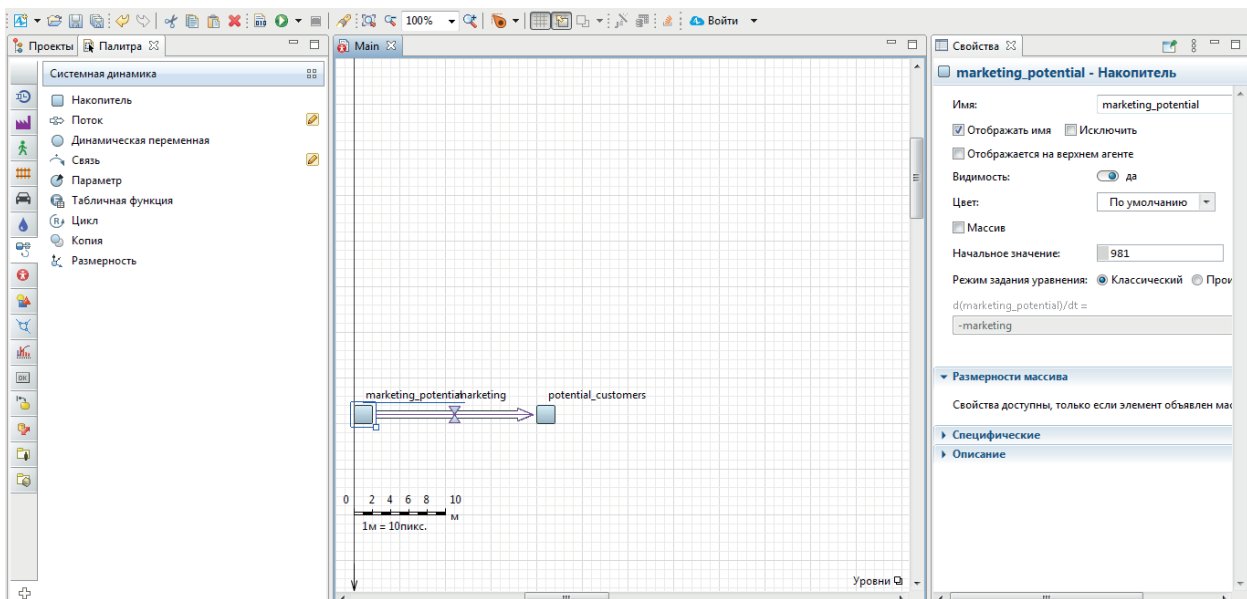


Рис. 2. Базовий потік клієнтів від потенційних до продажу

Після цього аналізуємо ефективність діяльності нашого маркетингу та зручності співпраці клієнтів з нами. Якщо потенціал ринку 981, а за попередній рік ми отримали від потенційних клієнтів 300 запитів, тоді можемо розрахувати ефективність діяльності маркетингу:

$$E = \frac{300}{981} = 0.306 \quad (2)$$

Для задання такого показник потрібно передбачити константу, яку ми назвемо як ефективність реклами.

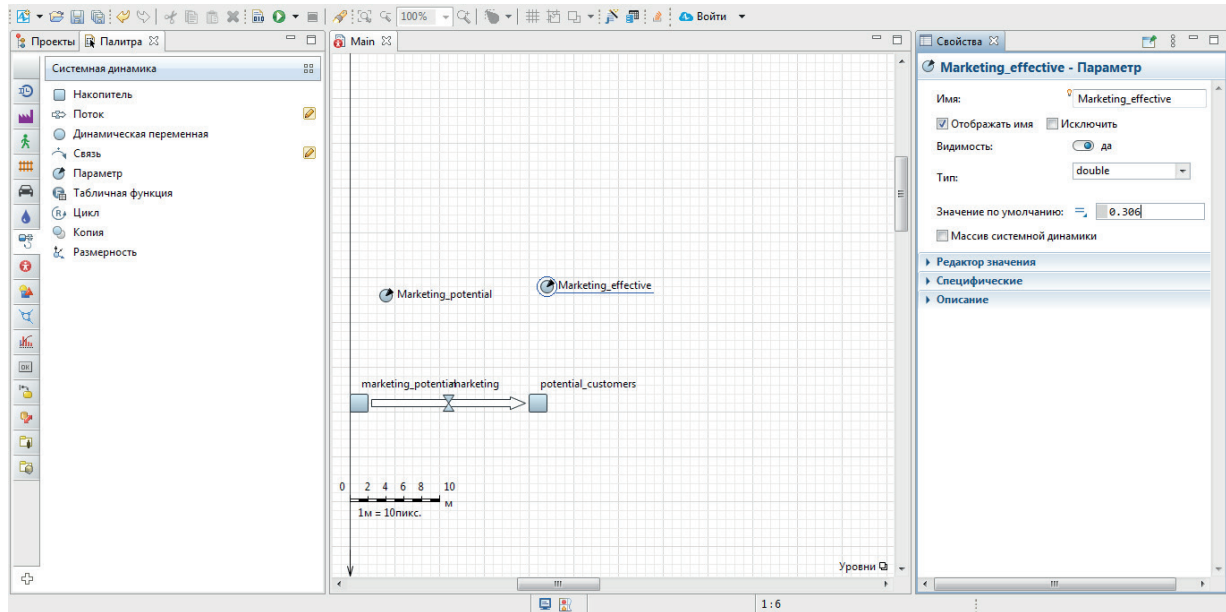


Рис. 3. Додавання сталих констант

Об'єднавши всі змінні, отримуємо просту модель, яка показує ефективність діяльності нашого відділу маркетингу.

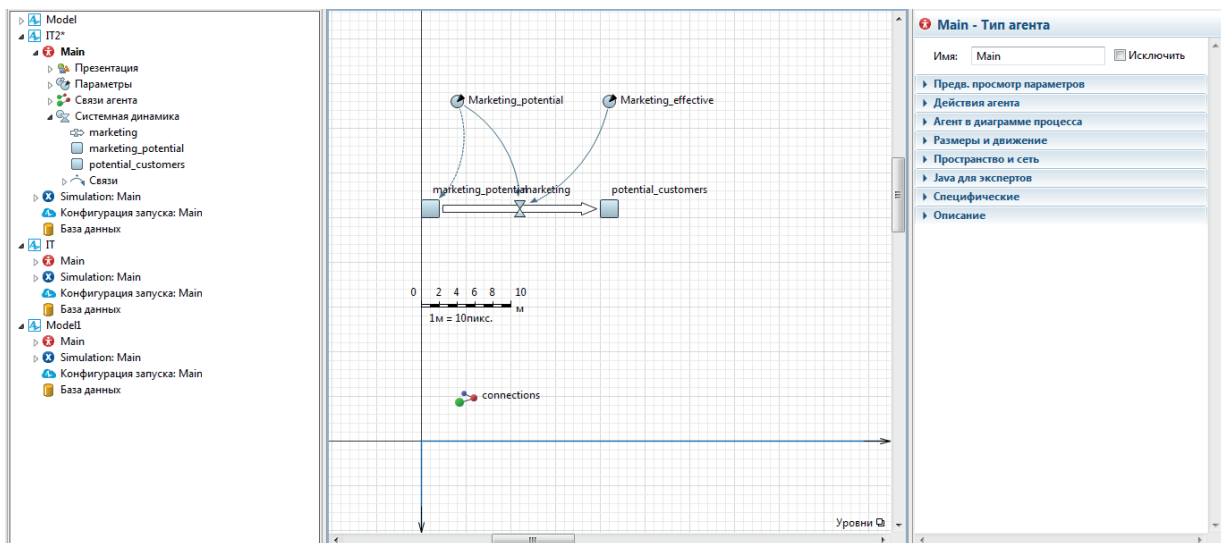


Рис. 4. Підключення констант до загального потоку

Наступним важливим кроком є оцінка ефективності діяльності відділу продажів, які працюють безпосередньо з потенційними клієнтами, які залишили заявку про співпрацю або контактну інформацію. Важливо не тільки, наскільки ефективно спрацював відділ маркетингу, також важливим показником є те, наскільки ефективно працює відділ продажів.

Для того, щоб розрахувати ефективність діяльності відділу продажів, скористаємось формулою:

$$\text{Ефективність продажів} = \frac{\text{Кількість продажів}}{\text{Кількість залишених заявок}} \quad (3)$$

Підставивши наші показники, отримаємо результати:

$$E2 = \frac{100}{300} = 0,33 \quad (3)$$

Ефективність діяльності відділу продажів – 0,33 продажу з однієї заявки. Це означає, що для того, щоб відділ продажів зробив 100 продажів, відділ маркетингу повинен забезпечити 300 заявок.

Ефективність відділу маркетингу та відділу продажів в загальному називають конверсіями. Конверсія – це показник, який відображає співвідношення даних на кожному етапі воронки продажів.

Наприклад:

- кількість відвідувачів сайту / кількість людей, які зареєструвались;
- кількість відвідувачів фізичного магазину / кількість покупців;
- кількість потенційних покупців / кількість покупців;
- кількість телефонних дзвінків / кількість продажів.

Тип конверсії, яка розраховується, та показники залежать від типу компанії та сфери її діяльності. Воронка продажів кожної з компаній також залежить від сфери її діяльності.



Рис. 5. Класична воронка продажів

Отриману константу 0,33 також додаємо в нашу модель

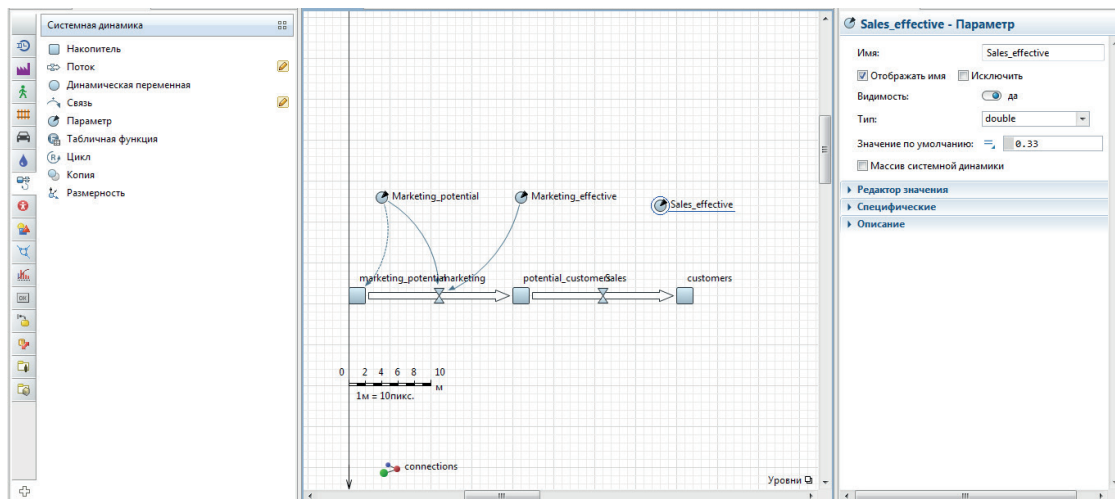


Рис. 6. Підключення константи ефективності продажів

Для коректності роботи моделі передбачаємо всі відповідні зв'язки та перевіряємо на відсутність помилок. На цьому етапі створено модель двох етапів воронки продажів та є можливість змоделювати ефективність діяльності кожного з відділів пропонованої компанії. Така ж модель може бути побудована і по кожному з наступних етапів воронки продажів для максимально реалістичного моделювання.

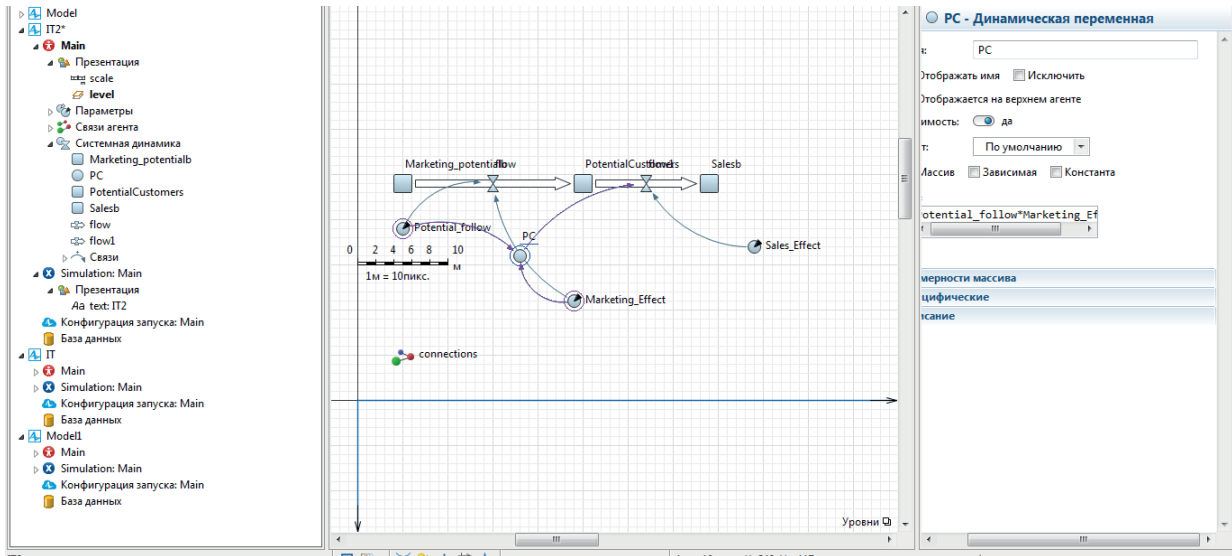


Рис. 7. Моделювання та підключення всіх етапів воронки

Налаштовуємо правильний запуск моделі

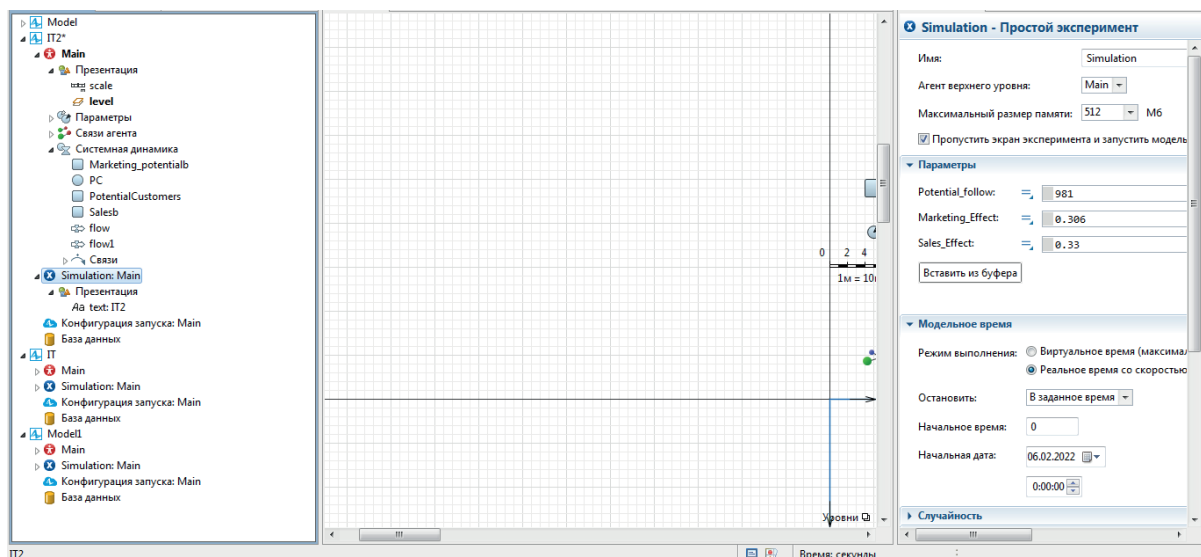


Рис. 8. Налаштування запуску моделі

Запускаємо модель на 1 період, для того щоб мати можливість перевірити її роботу.

Результат 100,03 відповідає нашим 100 продажам. При бажанні до моделі можна додати показник в грошах, де кількість отриманих продажів буде множитись на середній чек. Це дасть можливість ввести ще один показник та корегувати його.

Розрахунок середнього чеку:

$$\text{Середній чек} = \frac{\text{Сума продажів}}{\text{Кількість продажів}} \quad (4)$$

В нашому випадку:

$$\text{Середній чек} = \frac{10000000}{100} = 100000 \text{ грн} \quad (4)$$

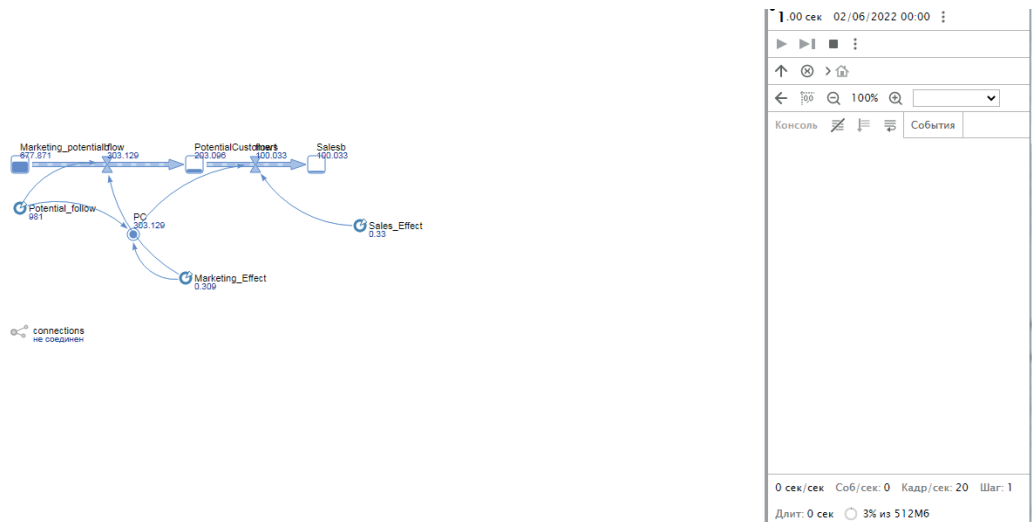


Рис. 9. Результати моделювання

Запропонована модель побудована для огляду можливостей програми AnyLogic та її можливостей в імітаційному моделюванні. З допомогою цієї моделі можна моделювати два важливих для будь-якої компанії стани:

– Як є зараз. Це ситуація, коли ми, опираючись на існуючі дані за попередній період, моделюємо діяльність кожного з відділів компанії та аналізуємо отриманий результат.

– Як ми хочемо, щоб було. Коли компанія на етапі стратегічного планування здійснює планування певної кількості стратегічних активностей на наступний період та може спрогнозувати ефект від кожної з активностей (ефект не завжди на пряму вимірюється в грошах, також активність може впливати, наприклад, на конверсію з реєстрації в продаж) та змоделювати його для того, щоб отримати плановий прибуток в наступному періоді, опираючись на попередній період та змінні, які будуть залежати від активностей.

Ця модель – це модель як є зараз. Тобто існуюча ситуація в відділі маркетингу та продажів компанії з відповідними показниками конверсії, потенційних клієнтів та продажів.

Для моделювання ситуації, як може бути, додамо ще один коефіцієнт. Цей коефіцієнт буде відображати вплив після впровадження елементів самоменеджменту в діяльність відділу маркетингу та продажу компанії.

Самоменеджмент, як напрямок менеджменту, виник у відповідь на зміни в управлінській ситуації в світі:

– зростання масштабів і динаміка змін в світі, підприємстві та бізнесі вимагають від менеджера вивчення нових підходів і навичок керування, попередження можливостей власного відставання, забезпечення безперервності саморозвитку;

– зростання невизначеності, тиску і напруженості в різних формах життєдіяльності організації і пов'язаних із цим стресів вимагають від менеджерів умінь управляти собою;

– перетворення творчого потенціалу працівника в найважливіший капітал організації висуває вимогу збереження і розвитку цього потенціалу, у тому числі і самих працівників;

– вичерпання можливості багатьох традиційних шкіл і методів керування ставить менеджерів перед необхідністю освоєння сучасних управлінських прийомів переоцінки свого потенціалу, роботи над його розвитком.

Самоменеджмент – це мистецтво керувати собою, своїм часом, життям, свідомо будувати кар'єру через самооцінку, самовизначення, саморозвиток. Самоменеджмент – це процес управління базовими ресурсами особистості, як-от: активність, платоспроможність, освіченість.

Основна мета самоменеджменту:

– максимально використовувати власні можливості;

– свідомо керувати власним життям;

– долати зовнішні обставини як на роботі, так і в особистому житті.

Основні переваги самоменеджменту в тому, щоб виконувати роботу з меншими витратами, мати кращі результати праці і їх організацію, отримувати більше задоволення від роботи, мати велику мотивацію до праці, зростання кваліфікації.



Самоменеджмент включає в себе послідовне та цілеспрямоване виконання певних функцій:

- самомотивація, яка включає в себе і постановку цілей;
- планування своєї діяльності;
- прийняття рішень;
- реалізація і організація;
- контроль;
- інформація та комунікація.

В такому випадку будемо вважати, що в відділі впроваджено такі системи самоменеджменту як:

- програми для планування особистого часу (вважаємо, що це збільшить ефективність працівників на 15 %);
- програми для роботи з клієнтами, CRM системи (вважаємо, що таке впровадження збільшить ефективність діяльності працівників на 25 %);

Середнє між цими двома коефіцієнтами – 20 %, впровадимо відповідний коефіцієнт ефективності в нашу модель.

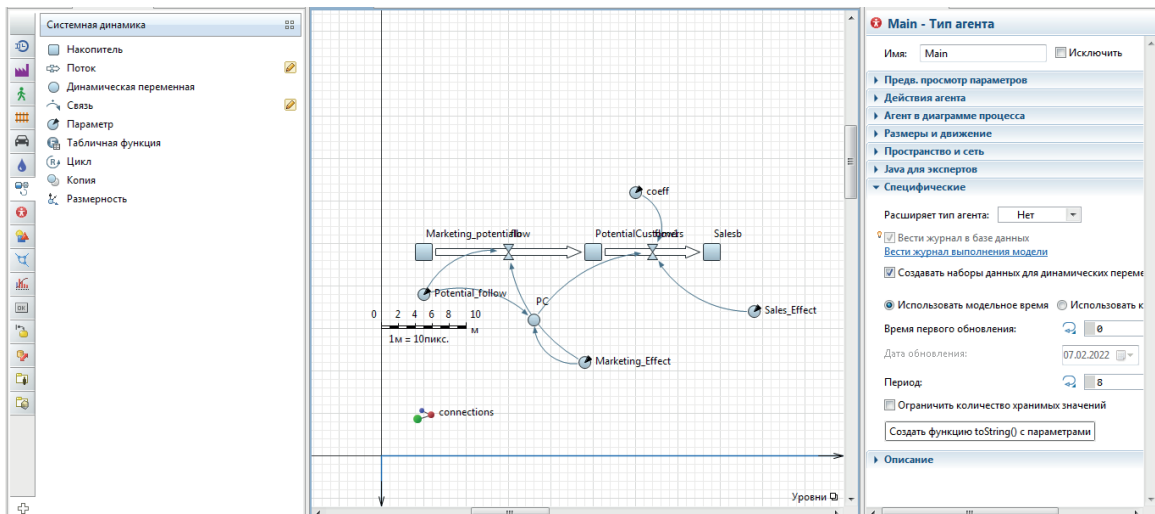


Рис. 10. Впровадження коефіцієнту впливу самоменеджменту

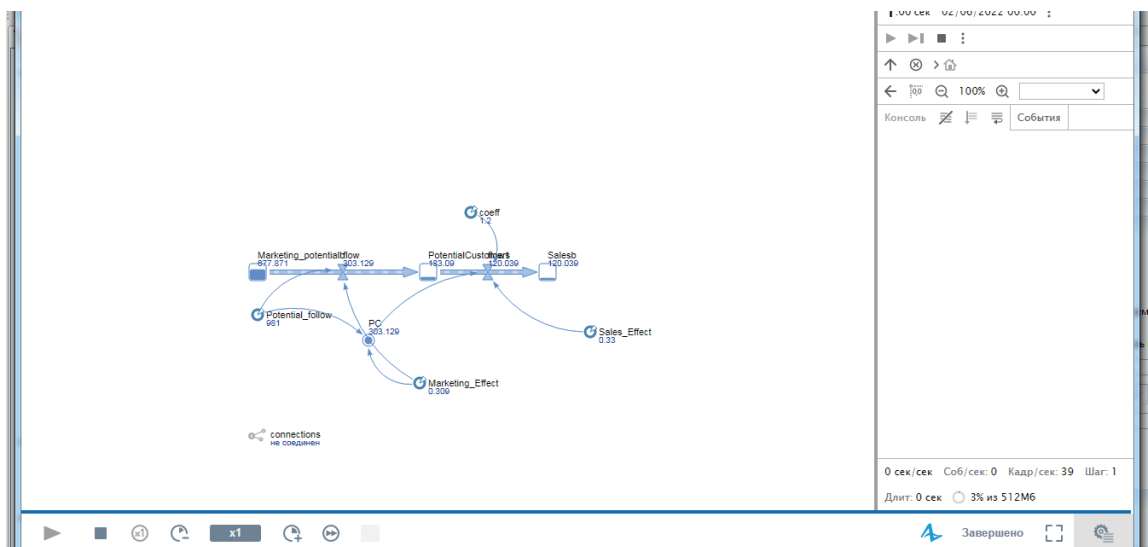


Рис. 11. Запуск моделі з коефіцієнтом самоменеджменту



Запустивши модель по нових умовах, можна побачити, що після впровадження систем самоменеджменту ефективність діяльності компанії зросла на 20 %

AnyLogic – достатньо зручний інструмент, який легко адаптується до потреб імітаційного моделювання та дає змогу побудувати моделі різної складності з великою кількістю змінних.

Висновки. В сучасних умовах економічної та соціальної нестабільності виникає потреба в можливості змоделювати певні управлінські рішення та наслідки, до яких вони призводять. Імітаційне моделювання дає можливість змоделювати діяльність цілої системи або її частини, на основі моделі провести експеримент та прийняти максимально правильне рішення.

Для моделювання різних систем в залежності від розмірів та зовнішніх умов використовуються різні підходи та парадигми моделювання. Важливо завжди розуміти ціль моделювання, правильно зібрати вихідні дані та описані процеси в системі.

На сьогодні використовується велика кількість програм для імітаційного моделювання. Серед них яскраво виділяється AnyLogic, що дозволяє використовувати різні парадигми імітаційного моделювання в одному програмному продукті, що розширює можливості по проведенню досліджень у різних галузях.

Запропонована в нашій роботі модель дає можливість проаналізувати діяльність відділу маркетингу та продажів на існуючому етапі діяльності компанії. Змоделювати результат впровадження додаткових систем, наприклад, систем для самоменеджменту. А також спрогнозувати змінні показників по кожному з відділів та по компанії загалом після впровадження певної кількості активностей, які ведуть до цих змін.

В значній частині проведених досліджень застосовуються підходи імітаційного моделювання, що дає можливість вважати, що такі методи будуть розвиватись та використовуватись і далі.

Література:

1. Шамрін, Р. (2016). Імітаційне моделювання економічних систем: програмні засоби та напрями їх вдосконалення. *Економічна наука Економіка та держава*, (1), 35–39.

SHamrin, R. (2016). Imitacijne modelyuvannya ekonomichnih sistem: programni zasobi ta napryami yih vdoskonalennya. [Shamrin, R. (2016). Simulation modeling of economic systems: software and areas for improvement] *Ekonomichna nauka Ekonomika ta derzhava* [Economic Science Economics and the State](1), 35–39 [in Ukrainian]

2. Коровин, А. (2012). Анализ подходов и программного обеспечения для имитационного моделирования социальных и экономических систем. *Вестник ЮУрГУ*, (35), 98–100.

Korovin, A. (2012). Analiz podhodov i programmnoho obespecheniya dlya imitacionnogo modelirovaniya socialnyh i jekonomicheskikh sistem. [Korovin, A. (2012). Analysis of approaches and software for simulation of social and economic systems] *Vestnik YUUrGU* [Vestnik YuUrGU] (35), 98–100. [in Russian]

3. Чернышова, Н. (2010). Имитационное моделирование бизнес-процессов. *НГУ им. Лобачевского*.

CHernyshova, N. (2010). Imitacionnoe modelirovanie biznes-processov. [Chernyshova, N. (2010). Simulation modeling of business processes] *NGU im. Lobachevskogo* [NSU Lobachevsky] [in Russian]

4. Буняк, Н. (2017). Самоменеджмент як мистецтво саморозвитку особистості. *Глобальні та національні проблеми економіки*, (18), 185–188.

Bunyak, N. (2017). Samomenedzhment yak mistectvo samorozvitku osobistosti [Bunyak, N. (2017). Self-management as the art of personal self-development] *Globalni ta nacionalni problemi ekonomiki* [Global and national economic problems] (18), 185–188. [in Ukrainian]

5. Соколовська, З., Яценко, Н., & Хортюк, М. (2019). Імітаційні моделі діяльності ІТ-фірм на платформі ANYLOGIC. *Бізнесінформ*, (6), 61–76.

Sokolovska, Z., YAcenko, N., & Horthyuk, M. (2019). Imitacijni modeli diyalnosti IT-firm na platformi ANYLOGIC. [Sokolovskaya, Z., Yatsenko, N., & Khorthyuk, M. (2019). Simulation models of IT companies on the ANYLOGIC platform] *Biznesinform* [Businessinform] (6), 61–76. [in Ukrainian]

Отримано: 25 травня 2022 р.

Прорецензовано: 13 червня 2022 р.

Прийнято до друку: 14 червня 2022 р.

e-mail: lkhromushyna@gmail.com

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-25(53)-49-55

Хромушина Л. А. Розвиток кадрового потенціалу закладів фахової передвищої освіти на основі кадрової стратегії. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»* : науковий журнал. Острого : Вид-во НаУОА, червень 2022. № 25(53). С. 49–55.

УДК: 005.32:377

JEL-класифікація: I29, M12

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0001-9134-9010>**Хромушина Людмила Анатоліївна**

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту імені професора Л. І. Михайлової
Сумського національного аграрного університету

**РОЗВИТОК КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗАКЛАДІВ ФАХОВОЇ
ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ НА ОСНОВІ КАДРОВОЇ СТРАТЕГІЇ**

У статті розглянуто теоретичні та прикладні аспекти розвитку кадрового потенціалу закладів фахової передвищої освіти на основі кадрової стратегії. Уточнено зміст поняття кадрового потенціалу, узагальнено якісні та кількісні показники; визначено складові елементи та чинники розвитку кадрового потенціалу закладів фахової передвищої освіти. Визначено компоненти формування кадрової стратегії у їх логічній послідовності та взаємозв'язку. Запропоновано можливий варіант кадрової стратегії розвитку кадрового потенціалу як рекомендацію до практичного впровадження у процес управління кадровим потенціалом закладу фахової передвищої освіти.

Ключові слова: кадровий потенціал, фахова освіта, кадрова стратегія, кадровий менеджмент.

Lyudmyla Khromushyna,

Candidate of Economic Sciences, Associated Professor of Management Department named after L.I. Mykhailova,
Sumy National Agrarian University

**DEVELOPMENT OF THE PRELIMINARY PROFESSIONAL EDUCATION
INSTITUTIONS' PERSONNEL POTENTIAL
ON THE BASIS OF HUMAN RESOURCES STRATEGY**

The article considers the theoretical and applied aspects of the development of professional higher education institutions' human resources on the basis of personnel strategy. The urgency of the study is due to the reform of the education system, competition in the market of educational services and the objective need to develop human resources, significant needs for specialists in the real sector of the economy to restore Ukraine in the postwar period. The purpose of the study is to work out recommendations for the development of the higher professional education institution' human resources on the basis of personnel strategy. The research methodology includes methods of generalization, synthesis and observation. The article summarizes the the concept of professional higher education institutions' human resources, identifies quantitative and qualitative characteristics and components of human resources. The factors of higher professional education institutions personnel potential development are given. The requirements to be met by the personnel strategy for human resources development are presented. A possible variant of the personnel strategy for the higher professional education institution personnel potential development is proposed, which contains the goal of the personnel strategy, a set of auxiliary goals, achievement indicators. This version of the personnel strategy can become a "road map" in making personnel management decisions in terms of the educational institution's long-term development, can be implemented in the process of higher professional education institution human resources managing.

Keywords: human resources, professional education, human resources strategy, personnel management.

Постановка проблеми. Формування, збереження та розвиток кадрового потенціалу визначається дією кадровою стратегією, яка є певною моделлю, генеральною лінією та вектором управління кадровим потенціалом. Наразі наша держава перебуває в тяжких умовах військової агресії, яка, серед іншого, зумовила вимушене переміщення або виїзд людей за кордон, і управлінські рішення у сфері кадрового менеджменту приймаються в умовах невизначеності та ризиків. Попри це, прийняття кадрових управлінських рішень в закладах освіти має бути орієнтоване не тільки на збереження наявних досягнень та результатів діяльності, а й на збереження професійних кадрів та інтелектуального потенціалу. Повоєнне економічне відновлення потребуватиме фахівців для виробництва, тобто для реального сектору економіки, підготовку яких здійснюють фахові коледжі. Саме тому якість підготовки фахівців напряму залежить від кадрового потенціалу закладів фахової передвищої освіти.



Аналіз останніх досліджень та публікацій. На сьогодні теоретико-методологічні та прикладні дослідження питань кадрового менеджменту, управління та адміністрування у закладах освіти, державного управління освітньою галуззю широко представлені у працях багатьох науковців. Зокрема, питання сутності, чинників формування, ефективності використання та ролі кадрового потенціалу досліджували І. М. Дашко [1], О. М. Шевченко [2], В. А. Фурса [3]. У наукових роботах І. В. Курисько [4], М. Яцкова [5] та В. В. Супрун [6] розглядалися питання державного управління розвитком кадрового потенціалу закладів вищої освіти та ступеневої підготовки фахівців в системі вищої освіти у структурі «коледж-університет». Зарубіжний досвід управління персоналом та кадровим потенціалом закладів освіти досліджували І. Андрощук [7] та А. М. Ткаченко [8].

Відаючи належне наявним сучасним дослідженням у сфері управління закладами освіти та їх кадровим потенціалом, варто зазначити, що питання формування, збереження та розвитку кадрового потенціалу залишаються актуальними та значимими, особливо у контексті реформування освіти в Україні, сучасних вимог до якості освітніх послуг на всіх рівнях освіти та конкуренцією, об'єктивної необхідності збереження та подальшого розвитку підсистеми фахової передвищої освіти.

Мета і завдання дослідження: надати рекомендації щодо розвитку кадрового потенціалу закладу фахової передвищої освіти на основі кадрової стратегії. Завданнями дослідження визначено: узагальнення змісту поняття кадрового потенціалу закладів фахової передвищої освіти, його якісних та кількісних показників, складових елементів та чинників розвитку; визначення компонентів формування кадрової стратегії закладу фахової передвищої освіти.

Виклад основного матеріалу. У розвинутих країнах світу значні інвестиції спрямовуються в освіту, підготовку і перепідготовку кадрів. Між тим, в Україні склалися несприятливі умови щодо збереження і відтворення трудового і кадрового потенціалів. Це є результатом, насамперед, затяжної кризи в політичній, соціально-економічній, ідеологічній, культурній сферах. Отже, Україна може втратити можливості перетворення на розвинуту демократичну соціальну країну, в якій багатством суспільства є людина з її інтелектом та знаннями [9, с. 26]. До того, такий ризик підсилює військова агресія з боку РФ, руйнівні наслідки якої наша держава відчуває натепер і долатиме тривалий період часу.

Кадровий потенціал у системі освіти в загальному вигляді можна представити як можливості працівників, якість їх професійної, фахової та кваліфікаційної підготовки; сукупність трудових, особистісних, психологічних і фізіологічних якостей, а також творчих здібностей [10].

Кадровий потенціал закладу фахової передвищої освіти відображає спроможність керівників, професорського, викладацького складу, навчально-допоміжного персоналу, фахівців різних структурних підрозділів закладу до виконання своїх функцій на поточний момент, а також їх професійні, творчі можливості, які у результаті грамотного й ефективного адміністрування можуть бути активізовані у процесі трудової діяльності у відповідності до посадових обов'язків і поставлених перед освітнім закладом цілей [11, с. 25].

До кількісних характеристик кадрового потенціалу закладу фахової передвищої освіти доцільно віднести чисельність персоналу; професійно-кваліфікаційний склад кадрів; статеві-віковий склад; стаж роботи на певній посаді; рівень ротації кадрів; укомплектованість кадрами; результативність діяльності працівників. У свою чергу, якісними показниками є особистісно-кваліфікаційний потенціал; індивідуальні риси (працездатність, відповідальність, сумлінність, порядність, організованість, вимогливість до себе, рівень освіти; культурний розвиток; соціально-психологічні та організаційні параметри групової взаємодії, згуртованість, соціально-психологічний клімат; організаційна культура та організаційні цінності.

Кадровий потенціал, як певна цілісність, формується з відповідних складових елементів, які не мають постійного характеру, оскільки змінюються з часом їх кількісно-якісні параметри, визначається потенціалом на індивідуальному рівні, знаходиться під впливом різних внутрішніх і зовнішніх чинників, залежить від кваліфікації та професіоналізму кожного, а також наскільки результативно та ефективно використовується працівник як ресурс (рис. 1).

Основна мета розвитку кадрового потенціалу будь-якої організації передбачає виокремлення проміжних цілей і принципів системи управління персоналом. Це, у свою чергу, передбачає наявність певних правил, норм, основних засад, які будуть застосовані керівництвом у процесі управління. Розвиток кадрового потенціалу має бути одним із стратегічних напрямів розвитку організації в цілому. Важливим моментом при цьому є розробка та впровадження відповідної кадрової стратегії, яка має враховувати загальні суспільні тенденції, економічне становище, загальні теорії управління організацією. Відтак, розвиток кадрового потенціалу буде визначатися сукупністю певних елементів, які виконуватимуть відповідну функцію (рис. 2).

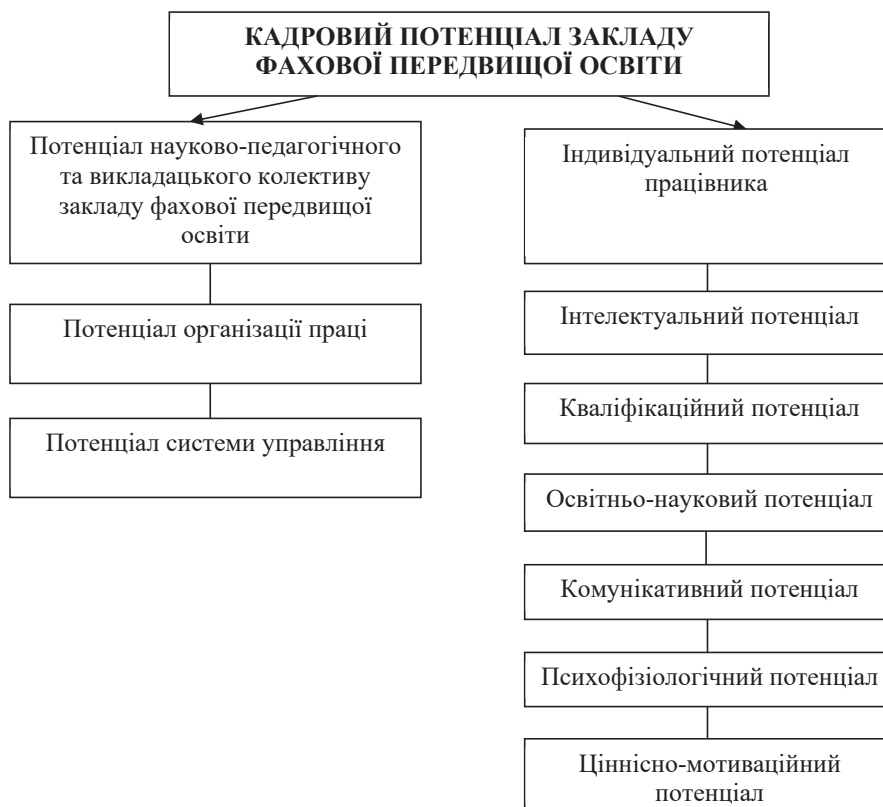


Рис. 1. Структурні елементи кадрового потенціалу закладу фахової передвищої освіти

Джерело: адаптовано за [12].

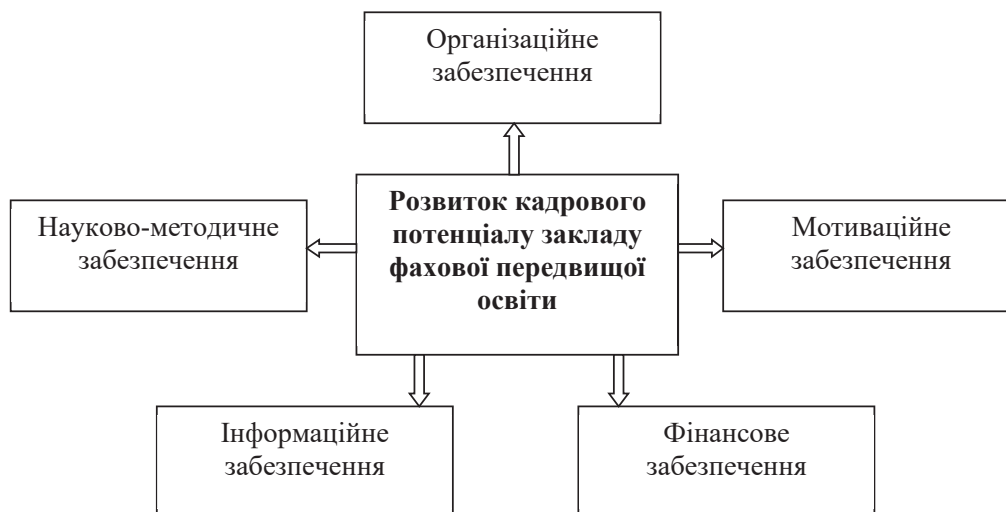


Рис. 2. Чинники розвитку кадрового потенціалу закладу фахової передвищої освіти

Джерело: узагальнено та адаптовано за [1].

Розвиток кадрового потенціалу освітнього закладу має носити всебічний комплексний характер для сприяння досягненню головних цілей: підготовка фахівців необхідної кваліфікації, опанування знань фундаментального та практичного характеру. Спосіб розуміння розвитку кадрового потенціалу навчального закладу має бути інвестиційним [4, с. 137].

Дослідивши прикладні аспекти формування кадрового потенціалу на прикладі Відокремленого структурного підрозділу «Машинобудівний фаховий коледж Сумського державного університету» (ВСП «Машинобудівний фаховий коледж СумДУ»), нами зроблено висновок, що адміністрація навчального закла-



ду приділяє належну увагу питанням кадрового потенціалу, а саме: його формуванню, збереженню та подальшому розвитку. Водночас, на нашу думку, враховуючи умови невизначеності та виклики, які вони зумовлюють, адміністрація фахового коледжу має постійно працювати над удосконаленням підходів до управління кадровим потенціалом, зокрема, його формування на основі кадрової стратегії, що сприятиме утриманню конкурентних позицій та іміджу одного з провідних закладів фахової передвищої освіти у складі базового університету не тільки на регіональному рівні, а на рівні всієї країни.

Кадрова стратегія (або персонал-стратегія) при практичній її реалізації у діяльності фахового коледжу має передбачати визначення системи добору, відбору, розвитку кадрів; планування, організування, контролю діяльності закладу в цілому та його структурних підрозділів. Кадрова стратегія має бути інтегрованою у загальну стратегію фахового коледжу, тобто її цілі за змістом є підцілями загальних цілей на рівні навчального закладу. Кадрова стратегія має відповідати певним вимогам:

- 1) має бути складовою загальної стратегії, визначає кадрові забезпечення реалізації загальної стратегії;
- 2) має бути достатньо гнучкою, поєднувати, на перший погляд, дві протилежні категорії: стабільність та динамічність;
- 3) має бути економічно обґрунтованою, тобто виходити з реальних фінансових можливостей фахового коледжу;
- 4) має бути особисто орієнтованою для кожного працівника.

Основою для розробки кадрової стратегії є бачення кадрового потенціалу від «сьогодні» на «завтра» як моделі, генеральної лінії щодо розвитку кадрового забезпечення. І якщо кадрова стратегія містить відповідь на питання: «Що будемо робити для необхідного кадрового забезпечення?» – то кадрова політика відповідає на питання: «Яким чином?». Кадрова політика є збалансованою кадровою роботою, спрямованою на досягнення цілей та виконання завдань організації за рахунок формування високопродуктивного та згуртованого кадрового потенціалу, здатного вчасно реагувати на мінливі вимоги ринку; розробку програми реалізації поставлених цілей, враховуючи мікро- та макрооточення. Тобто кадрова політика, як поведінка адміністрації по відношенню до своїх працівників, конкретні заходи і управлінські рішення, є інструментом для реалізації кадрової стратегії. Кадрова політика має розроблятися адміністрацією навчального закладу і реалізовуватися кадровою службою на основі виконання працівниками цієї служби своїх функціональних та посадових обов'язків. Вона має відображатися у таких внутрішніх документах: Кодекс корпоративної культури; колективний договір; правила внутрішнього трудового розпорядку; функціональні обов'язки; посадові інструкції. Відтак уся діяльність адміністрації по роботі з кадрами (відбір, складання штатного розпису, атестація, підвищення кваліфікації, стажування, навчання, просування тощо) має бути запланованою та корелюватися із стратегічними цілями та завданнями, а також представленою у тактичних цілях та завданнях. При цьому важливим моментом має бути розуміння того, що стратегічні цілі визначає для себе як навчальний заклад, так і співробітник на рівні індивідуальних цілей саморозвитку, самореалізації та самовдосконалення. І якщо керівництво фахового коледжу має стратегічне бачення та орієнтири, розраховує на тривалу і стабільну діяльність закладу, то важливо дотримуватися головного принципу кадрової політики, а саме: відповідності індивідуальних цілей працівників цілям фахового коледжу. Тобто поданий принцип передбачає знаходження на одному рівні необхідності досягнення особистих цілей працівників та цілей фахового коледжу. Отже, кадрова політика має бути спрямованою на створення сприятливих умов праці та на забезпечення можливості просування по кар'єрних сходинках, на створення впевненості у майбутньому.

Пропонуємо можливий варіант кадрової стратегії для ВСП «Машинобудівний фаховий коледж СумДУ». Така стратегія має бути спрямованою на формування, збереження та розвиток кадрового потенціалу, орієнтованою на особисті й колективні знання, а також індивідуально- та соціально-орієнтованою (табл. 1).

Отже, ціль кадрової стратегії передбачає п'ять логічно послідовних підцілей, які, у свою чергу, мають індикатори досягнення та показники, за яким можна оцінювати ступінь досягнення цілі. При формуванні кадрового потенціалу необхідно приділяти увагу здатності персоналу до генерування нових ідей, його бажанню регулярно підвищувати свій освітній, професійно-кваліфікаційний рівень, вміння адаптувати психофізіологічні характеристики до умов трудової діяльності, що і є складовими кадрового потенціалу. Для цього необхідно формувати підсистему управління та адміністрування кадрового потенціалу у загальній системі управління персоналом навчального закладу.

Таблиця 1

Компоненти формування кадрової стратегії ВСП «Машинобудівний фаховий коледж СумДУ», 2022–2026 рр.

Ціль кадрової стратегії: формування, збереження та розвиток кадрового потенціалу
Підділі кадрової стратегії
<p>1. Підвищення результативності роботи науково-педагогічного та викладацького складу за усіма напрямками: навчальна, методична, наукова, організаційна та виховна робота.</p> <p>Індикатори досягнення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) виконання навчального навантаження в повному обсязі; 2) розробка сучасного методичного забезпечення; використання інноваційних технологій при викладанні дисциплін; 3) розвиток дуальної освіти; 4) участь у наукових дослідженнях, публікації; 5) керівництво студентською науковою роботою та фаховими гуртками; 6) активна робота з обдарованою та талановитою молоддю, формування у студентів громадянської свідомості, патріотизму. <p>Показники:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) зростання кількості годин навчального навантаження за рахунок збільшення контингенту студентів; 2) кількість та повнота забезпечення методичними та дидактичними розробками (до 100 %, частота оновлення – раз на 5 років); 3) кількість наукових публікацій та студентів-призерів олімпіад, конкурсів наукових робіт; 4) кількість студентів, які продовжили навчання на наступному рівні освіти у базовому університеті (не менше 90 %); відсоток працевлаштування випускників в підприємствах-базах практичної підготовки та в громадах (не менше 75 %); рівень конкурентоспроможності випускників на ринку праці; кількість діючих професійних гуртків та творчих майстерень; кількість студентів, залучених до волонтерської діяльності; участь у суспільному житті коледжу та міста.
<p>2. Оптимізація і стабілізація кадрового складу фахового коледжу, забезпечення ефективного використання їх можливостей і потенціалу.</p> <p>Індикатори досягнення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) підбір та розстановка кадрів відповідно до потреби фахового коледжу, фахового та професійного рівня, досвіду та необхідних компетенцій. <p>Показники:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) кількість штатних одиниць відповідно до потреби; 2) укомплектованість персоналом (100 %); 3) фахова та професійна освіта персоналу відповідно до ліцензійних вимог; наявність необхідних компетенцій; 4) рівень професійної майстерності викладачів.
<p>3. Формування, забезпечення дієвості та розвиток системи навчання та розвитку персоналу.</p> <p>Індикатори досягнення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) системний підхід по підвищення кваліфікації та стажування педагогічного персоналу, отримання нових компетентностей; 2) дієвий мотиваційний механізм; 3) бажання особистісного розвитку та кар'єрного зростання; 4) формування системи наставництва, навчання, підвищення кваліфікації; підготовка кадрового резерву, наявність наступності поколінь <p>Показники:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) наявність умов для підвищення професійної майстерності, відсоток виконання поточних та перспективних планів підвищення кваліфікації (курси, педагогічне та фахове стажування); кількість викладачів, які пройшли підвищення кваліфікації або стажування; 2) чітке розуміння персоналом діючого мотиваційного механізму, рівень оплати праці; саморозвиток та самовдосконалення персоналу на основі неформальної освіти; 3) поповнення кадрів молодими фахівцями, у тому числі з числа випускників базового університету; залучення фахівців з виробництва.
<p>4. Формування та підтримка високого рівня лояльності працівників.</p> <p>Індикатори досягнення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) відданість персоналу фаховому коледжу та колективу; 2) довіра до керівництва; 3) сумлінне виконання функціональних обов'язків; 4) усвідомлення працівником його цінності для коледжу, і навпаки – цінності робочого місця для працівника. <p>Показники:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) рух, оборотність та закріплення персоналу; 2) виконання роботи на громадських засадах; 3) результативність виконуваних завдань.
<p>5. Формування, зміцнення та розвиток організаційної культури фахового коледжу.</p> <p>Індикатори досягнення:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) удосконалення Кодексу корпоративної культури; 2) підвищення рівня організаційної культури; 3) гендерний підхід при прийнятті кадрових рішень; 4) оновлення внутрішніх нормативних документів, які регламентують діяльність фахового коледжу. <p>Показники:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) сприятливий психологічний клімат у колективі, відсутність конфліктів, недопущення професійного вигорання персоналу, особливо категорії викладачів; 2) високий рівень соціальної та професійної взаємодії між працівниками; 3) гендерна рівність; 4) наявність пакету внутрішніх нормативних актів, що регламентують функціонування коледжу.

Джерело: запропоновано автором.



Висновки. Кадровий потенціал закладів фахової передвищої освіти представляється необхідною та максимальною участю висококваліфікованого персоналу в освітній діяльності, здатністю до наукової та інноваційної діяльності, подальшого розвитку; освітньо-кваліфікаційним рівнем, психофізіологічними якостями, які можна використати для реалізації стратегії навчального закладу та зміцнення конкурентних позицій на ринку освітніх послуг. Відповідно кадрова стратегія є «дорожньою картою» у прийнятті кадрових управлінських рішень з погляду перспективного розвитку навчального закладу.

Література:

1. Дашко І. М. Кадровий потенціал: сутність та фактори його розвитку. *Економіка та держава*. 2017. № 1. 65–68. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2017_1_16 (дата звернення: 16.05.2022).
1. Dashko, I.M. (2017). Kadrovyyi potentsial: sutnist ta faktory yoho rozvytku [Human resources: the essence and factors of its development]. *Ekonomika ta derzhava*. [Economy and State], 1, 65–68. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2017_1_16> (2022, May, 16). [in Ukrainian].
2. Шевченко О. М. Формування та ефективність використання кадрового потенціалу. *Публічне адміністрування: наукові дослідження та розвиток*. 2017. № 2. С. 55–62. URL: <http://ir.stu.cn.ua/bitstream/handle/123456789/17216/O.%20M.%20Shevchenko%20%20Formuvannia%20ta%20efektyvnist.pdf?sequence=2&isAllowed=y> (дата звернення: 05.05.2022).
2. Shevchenko, O.M. (2017). Formuvannia ta efektyvnist vykorystannia kadrovoho potentsialu [Formation and efficiency of human resources use]. *Publichne administruvannia: naukovy doslidzhennia ta rozvytok*. [Public Administration: Research and Development], 2, 55–62. <<http://ir.stu.cn.ua/bitstream/handle/123456789/17216/O.%20M.%20Shevchenko%20%20Formuvannia%20ta%20efektyvnist.pdf?sequence=2&isAllowed=y>> (2022, May, 05). [in Ukrainian].
3. Фурса В. А., Бобро Н. В. Роль кадрового потенціалу в освітньому процесі України. 2018. URL: http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/4333/Rol%20kadrovoho%20potentsialu%20v%20osvitnomu%20protse%20Ukrainy_Fursa_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 10.05.2022).
3. Fursa, V.A., Bobro, N.V. (2018). Rol kadrovoho potentsialu v osvitnomu protsesi Ukrainy [The role of human resources in the educational process of Ukraine]. <http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/4333/Rol%20kadrovoho%20potentsialu%20v%20osvitnomu%20protse%20Ukrainy_Fursa_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (2022, May, 10). [in Ukrainian].
4. Курисько І. В. Тенденції розвитку кадрового потенціалу в закладах вищої освіти за підтримки держави. *Право та державне управління*. 2020. № 1. С. 135–139. URL: http://pdu-journal.kpu.zp.ua/archive/1_2020/tom_2/21.pdf (дата звернення: 17.05.2022).
4. Kurysko, I.V. (2020). Tendentsii rozvytku kadrovoho potentsialu v zakladakh vyshchoi osvity za pidtrymky derzhavy [Trends in human resources development in higher education institutions with the support of the state]. *Pravo ta derzhavne upravlinnia*. [Law and Public Administration], 1, 135–139. <http://pdu-journal.kpu.zp.ua/archive/1_2020/tom_2/21.pdf> (2022, May, 17). [in Ukrainian].
5. Яцков М., Осадча Л. Реалізація ступеневої підготовки фахівців в системі вищої освіти у структурі «коледж-університет». *Нова педагогічна думка*. 2013. № 1.2. С. 136–141. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd_2013_1.2_37 (дата звернення: 15.05.2022).
5. Yatskov, M., Osadcha, L. (2013). Realizatsiia stupenevoi pidhotovky fakhivtsiv v systemi vyshchoi osvity u strukturi «koledzh-universytet» [Implementation of degree training of specialists in the system of higher education in the structure of «college-university»]. *Nova pedahohichna dumka*. [New Pedagogical Thought], 1.2, 136–141. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd_2013_1.2_37> (2022, May, 15). [in Ukrainian].
6. Супрун В. В., Максимчук В. В. Децентралізація та оптимізація управління професійною (професійно-технічною) і фаховою передвищою освітою України. *Вісник післядипломної освіти. Серія: Управління та адміністрування*. 2017. № 4–5. С. 60–92. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vpoupra_2017_4-5_7 (дата звернення: 10.05.2022).
6. Suprun, V.V., Maksymchuk, V.V. (2017). Detsentralizatsiia ta optymizatsiia upravlinnia profesiinoiu (profesiino-tekhnichnoiu) i fakhovoiu peredyshchoiu osvitoiu Ukrainy [Decentralization and optimization of management of professional (vocational and technical) and professional higher education in Ukraine]. *Visnyk pislidyplomnoi osvity. Seriia: Upravlinnia ta administruvannia*. [Bulletin of Postgraduate Education. Series: Management and Administration], 4–5, 60–92. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/vpoupra_2017_4-5_7> (2022, May, 10). [in Ukrainian].
7. Андрощук І. Стратегічне управління кадровим потенціалом університетів республіки Польща. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2018. № 5 (79). С. 3–12. URL: <https://pedscience.sspu.sumy.ua/wp-content/uploads/2018/10/3.pdf> (дата звернення: 17.05.2022).
7. Androshchuk, I. (2018). Stratehichne upravlinnia kadrovym potentsialom universytetiv respubliky Polshcha [Strategic management of human resources of universities of the Republic of Poland]. *Pedahohichni nauky: teoriia, istoriia, innovatsiini tekhnolohii*. [Pedagogical Sciences: Theory, History, Innovative Technologies], 5(79), 3–12. <<https://pedscience.sspu.sumy.ua/wp-content/uploads/2018/10/3.pdf>> (2022, May, 17). [in Ukrainian].
8. Ткаченко А. М. Зарубіжний досвід формування кадрового потенціалу. *Вісник економічної науки України*. 2015. № 1. С. 141–146. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Venu_2015_1_29 (дата звернення: 05.05.2022).



Ткаченко, А.М. (2015). Zarubizhnyi dosvid formuvannia kadrovoho potentsialu [Foreign experience in human resources development]. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*. [Bulletin of Economic Science of Ukraine] 1, 141–146. <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Venu_2015_1_29> (2022, May, 05). [in Ukrainian].

9. Козакова О. М., Козаков В. В. Формування кадрового потенціалу в умовах модернізації економіки. *Проблеми і перспективи інноваційного розвитку економіки: матеріали XX Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, м. Одеса, 7–11 вересня 2015 р.)*. 2015. С. 25–31.

Kozakova, O.M., Kozakov, V.V. (2015). Formuvannia kadrovoho potentsialu v umovakh modernizatsii ekonomiky. Problemy i perspektyvy innovatsiinoho rozvytku ekonomiky. [Formation of human resources in the modernization of the economy]. *Problemy i perspektyvy innovatsiinoho rozvytku ekonomiky: materialy XX Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (m. Kyiv, m. Odesa, 7–11 veresnia 2015 r.)*. [Problems and prospects of innovative economic development: materials of the XX International Scientific and Practical Conference (Kyiv, Odesa, September 7–11, 2015)], 25–31. [in Ukrainian].

10. Шевчук Н. В., Колос І. В. Кадровий потенціал системи освіти і його роль у підготовці фахівців для інноваційної економіки. 2014. URL: https://knutd.edu.ua/publications/conference/27.03.2014/Kolos_Shevchuk_54.pdf (дата звернення: 05.05.2022).

Shevchuk, N. V., Kolos, I. V. (2014). Kadrovyi potentsial systemy osvity i yoho rol u pidhotovtsi fakhivtsiv dlia innovatsiinoy ekonomiky [Personnel potential of the education system and its role in training specialists for the innovative economy]. <https://knutd.edu.ua/publications/conference/27.03.2014/Kolos_Shevchuk_54.pdf> (2022, May, 05). [in Ukrainian].

11. Курисько О. Вдосконалення державного управління розвитком кадрового потенціалу закладів вищої освіти. *Державне управління у сфері цивільного захисту: наука, освіта, практика: матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Харків, 18–19 березня 2020 р.)*. 2020. С. 24–26. URL: <http://edu-mns.org.ua/img/news/150/materiali.pdf> (дата звернення: 05.05.2022).

Kurysko, O. (2020). Vdoskonalennia derzhavnoho upravlinnia rozvytkom kadrovoho potentsialu zakladiv vyshchoi osvity. [Improving public administration for the development of human resources of higher education institutions]. *Derzhavne upravlinnia u sferi tsyvilnoho zakhystu: nauka, osvita, praktyka: materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii (m. Kharkiv, 18–19 bereznia 2020 r.)*. [Public administration in the field of civil protection: science, education, practice: materials of the International Scientific and Practical Internet Conference (Kharkiv, March 18–19, 2020)], 24–26. <<http://edu-mns.org.ua/img/news/150/materiali.pdf>> (2022, May, 05). [in Ukrainian].

12. Галицька У. Б. Формування та ефективність використання кадрового потенціалу. *Вісник ПДАТУ*. 2012. № 14. С. 72–78. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/6.1/72.pdf> (дата звернення: 10.05.2022).

Halytska, U.B. (2012). Formuvannia ta efektyvnist vykorystannia kadrovoho potentsialu [Formation and efficiency of human resources use]. *Visnyk PDAU*. [Bulletin of PSAU], 14, 72–78. <<https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/6.1/72.pdf>> (2022, May, 10). [in Ukrainian].

**ЕКОНОМІКА ПРАЦІ
ТА РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА**

Отримано: 27 травня 2022 р.

Прорецензовано: 14 червня 2022 р.

Прийнято до друку: 15 червня 2022 р.

e-mail: grumary@ukr.net

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-25(53)-57-65

Грузд М. В. Активізація громадської участі в управлінні розвитком об'єднаних територіальних громад. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»* : науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, червень 2022. № 25(53). С. 57–65.

УДК: 352.07:342.722(477)

JEL-класифікація: O 18, H 80, R 58

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0002-1396-121X>**Грузд Марина Володимирівна,**

кандидат економічних наук, доцент кафедри державного управління,
публічного адміністрування та регіональної економіки
Харківського національного економічного університету ім. Семена Кузнеця

**АКТИВІЗАЦІЯ ГРОМАДСЬКОЇ УЧАСТІ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ
ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД**

У статті надано пропозиції щодо організації ефективної комунікативної діяльності органів місцевого самоврядування при реалізації процесу розвитку об'єднаних територіальних громад (ОТГ), де провідну роль займає громадянська освіта, інститути громадянського суспільства та засоби масової інформації, що забезпечують діалог спілкування влада-громадськість на основі договірної партнерства. Означено етапи проведення аналізу участі громадськості в об'єднанні та розвитку територіальної громади, які забезпечують дієву співпрацю місцевої влади та громадськості, базуються на ініціативності громади в процесі прийняття владних рішень та передбачають делегування владних повноважень до мешканців ОТГ.

Ключові слова: об'єднані територіальні громади, місцеве самоврядування, громадськість, громадянське суспільство, самоорганізація населення, територіальний розвиток, комунікативна стратегія.

Maryna Gruzd,

PhD, Associate Professor at the Department of Public Management,
Public Administration and Regional Economy,
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

**ACTIVATION OF PUBLIC PARTICIPATION IN UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES
DEVELOPMENT MANAGEMENT**

Proposals for the organization of effective communicative activities of local governments in the implementation of the united territorial communities (UTC) development process, where the leading role is played by civic education, civil society institutions and the media, providing dialogue between government and public on the basis of contractual partnership. The need for social democratization is based on reasonable initiative of citizens in decision-making by the authorities and leads to the delegation of powers to the public, thus not creating a conflict between UTC residents and local authorities. There is no universal or normative model of the relationship between local public authorities and the public that would be acceptable to UTC. To build a viable UTC requires the participation of all institutions of civil society in solving humanitarian, socio-economic, political and legal challenges in the rational use of community resources to provide cost-effective and high-quality social services through citizen participation in government decisions while ensuring the interests of different social population groups and non-political representation of the promotion of these interests. The stages of the public participation analysis in the association and development of the territorial community, which ensure effective cooperation between local authorities and the public, are based on community initiative in decision-making and provide for delegation of power to UTC residents.

Keywords: united territorial communities, local self-government, public, civil society, self-organization of the population, territorial development, communication strategy.

Постановка проблеми. У сучасному українському суспільстві постійно виникають різного роду суперечності, які є результатом огрехів державної політики та спричиняють різні соціальні конфлікти, призводять до дисбалансу відносин публічна влада-суспільство-особистість. Як наслідок означеного, особистість не сприймає державні реформи та спостерігається процес відчуження особистості від управління місцевими справами та участі в громадських інституціях. Спостерігається відсутність соціальної активності мешканців громад, налагодженої співпраці органів владних структур місцевого рівня та громадськості, що негативно впливає на розвиток громадянського суспільства та становлення демократичної правової держави.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні та прикладні питання сучасного розуміння участі громадськості у процесах публічного управління розглядалися у наукових працях І. Архипенка [1], О. Берданової [2], В. Вакуленко [2], І. Захарченко [3], Р. Костюкевича [4], В. Кравціва [5], О. Мандзюк [4], С. Серьогина [6], І. Старонянської [5], Ю. Шарова [6]. Концептуальні та прикладні засади забезпечення ефективної участі громадськості у процесах розвитку ОТГ пророблено у працях О. Врублевського [7], Я. Жаліло [8], О. Корнієвського [9], Н. Мохорт [10], К. Паливоди [11], Х. Патицької [13], Д. Сидоренко [12], О. Шевченко [8].

Суспільна демократизація повинна базуватися на розумній ініціативності громадян при прийнятті владою рішення та призводити до делегування кола повноважень до громадськості, тим самим не створювати конфліктності відносин мешканців ОТГ та місцевої влади. В таких умовах нагальною потребою сьогодення є ґрунтовне дослідження відносин «влада-суспільство», метою якого стає забезпечення стабільності у суспільстві на засадах демократичного врегулювання взаємодії місцевої влади та місцевих інститутів громадського суспільства ОТГ, що є необхідною умовою формування правоздатної системи місцевого управління.

Мета і завдання дослідження: виробити комплексний підхід вирішення питань територіального розвитку при застосуванні всіх елементів механізму реалізації системи інституцій місцевої влади для активізації життя ОТГ та спільного вирішення проблем. Завдання дослідження: провести аналіз та виявити тенденції участі громадськості в об'єднанні та розвитку територіальної громади; визначити інструменти діалогу спілкування влада-громадськість на основі договірної партнерства; запропонувати напрями ефективної комунікативної діяльності органів місцевого самоврядування та громадськості щодо територіального розвитку.

Виклад основного матеріалу. Для побудови спроможної ОТГ необхідна участь всіх місцевих інститутів громадянського суспільства для вирішення нагальних проблем (соціально-економічних, гуманітарних, політико-правових) при раціональному використанні наявного ресурсного потенціалу території з метою надання якісних та ефективних соціальних послуг за участі мешканців в ухваленні владних рішень при врахуванні інтересів всіх соціальних груп населення громади та гарантуванні неполітичного представлення просування означених інтересів.

Етапи аналізу участі громадськості в об'єднанні та розвитку територіальної громади надано на рис. 1.

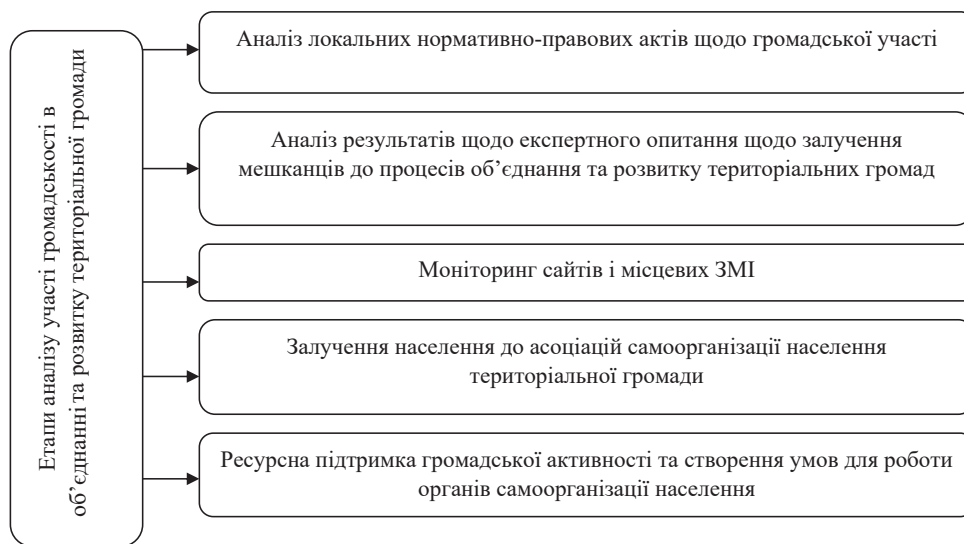


Рис. 1. Етапи аналізу участі громадськості в об'єднанні та розвитку територіальної громади

Джерело: розроблено автором на основі [3; 5; 7; 14; 15].

Сьогодні очікуваннями громадськості від місцевої влади є не лише економічний розвиток, а й реальна можливість участі у вирішенні проблем соціально-економічного значення. Тому особливу увагу приділяють реальній здатності місцевої влади та формальних інститутів означити власну значимість, роль і місце у житті громади та постійно залучати громадськість до своєї діяльності.

В управління розвитком ОТГ беруть участь чисельні незалежні інститути, що діють у межах права і служать бар'єром для встановлення монополії місцевої влади. Метою активізації громадської участі в

управлінні ОТГ повинні виступати спільні законні дії, спрямовані на відстоювання або просування колективного інтересу за допомогою інститутів громадянського суспільства.

До діючих інститутів громадянського суспільства в Україні відносять такі: громадські об'єднання; благодійні організації; професійні та творчі спілки; організації роботодавців; релігійні організації; органи самоорганізації населення, недержавні засоби масової інформації; саморегулюючі організації та організації, які здійснюють професійне самоврядування; інші невідприємницькі товариства і установи, легалізовані відповідно до законодавства.

Активна участь мешканців у суспільному житті громади через громадські організації та об'єднання, політичні партії та благодійні фонди свідчить про високий рівень самоорганізації населення.

Динаміка інститутів громадянського суспільства надано на рис. 2.

З періоду аналізу можна означити зростання чисельності інститутів громадянського суспільства, а саме: значне збільшення громадських організацій (чисельність збільшилась на 8181), які було утворено для захисту прав і свобод, задоволення суспільних інтересів громадян; збільшення на 257138 чисельності громадських спілок свідчить про активізацію самоврядності громадян при реалізації своїх конституційних прав за умов невтручання органів державної влади та місцевого самоврядування; кількість зареєстрованих органів самоорганізації населення збільшилась на 124.

Благодійність стала вагомим чинником національної єдності для подолання кризових явищ.

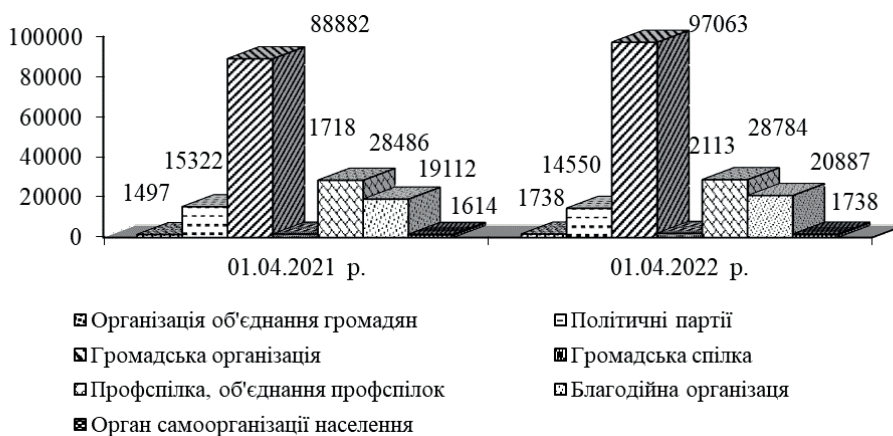


Рис. 2. Динаміка інститутів громадянського суспільства

Джерело: побудовано автором на основі даних [16].

Про що свідчить суттєве збільшення кількості благодійних організацій (збільшення на 1775) як інструменту підтримки й розвитку інституту благодійності.

Якщо порівнювати дані офіційної статистики темпів зростання кількості зареєстрованих як юридичні особи органів самоорганізації населення в Україні, то реальна їх кількість є більшою. У більшості випадків органи самоорганізації населення набувають легального статусу через повідомлення без обов'язкового утворення юридичної особи, через що їх кількість не враховують при підготовці офіційних статистичних звітів. Згідно підрахунків громадських експертів у 2021 р. фактична кількість органів самоорганізації населення у місцевих громадах стрімко зростає й становить 10–12 тис. [17].

Однак не можна не означити й наявні інші тенденції:

- створення асоціації ОСББ і житлового-будівельних кооперативів (ЖБК) на місцевому рівні;
- громадських формувань «Комунальна варта» (громадських спілок, які безпосередньо опікуватимуться справами будинків ОСББ і ЖБК, допомагають у вирішенні нагальних питань, захищаючи інтереси їхніх мешканців) [9, с. 38].

Основні напрями залучення громадськості до функціонування ОТГ надано на рис. 3.

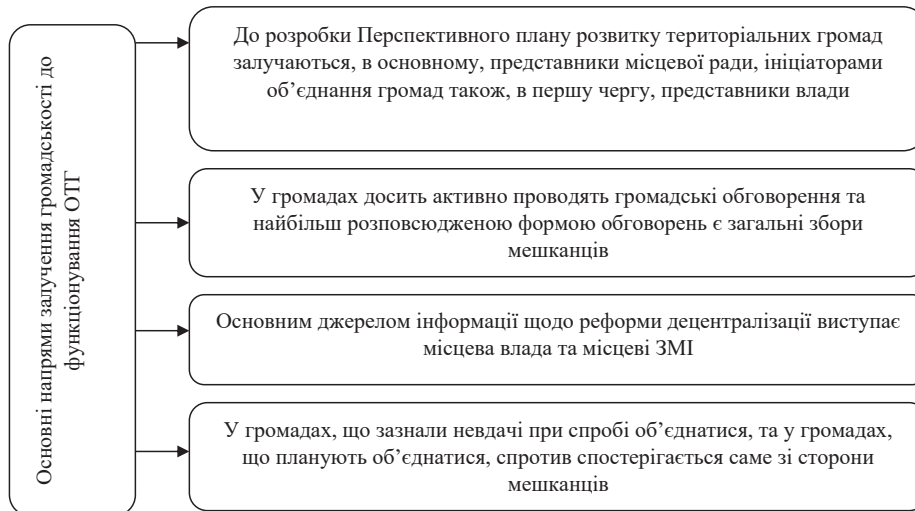


Рис. 3. Основні напрями залучення громадськості до функціонування ОТГ

Участь громадськості в управлінні розвитком ОТГ забезпечує контроль: надання якісних та економічно ефективних соціальних послуг, неупереджене ставлення до інтересів різних соціальних груп населення громади при взаємодії з органами місцевої влади; забезпечення найбільшої ефективності ухвалення рішень, спрямованих на захист інтересів мешканців громади; раціональну організацію діяльності приватних та юридичних осіб при самостійному задоволенні приватних інтересів без залучення фінансових чи адміністративних витрат з боку місцевої влади додатково.

Форми участі громадян в управлінні ОТГ наведено на рис. 4.

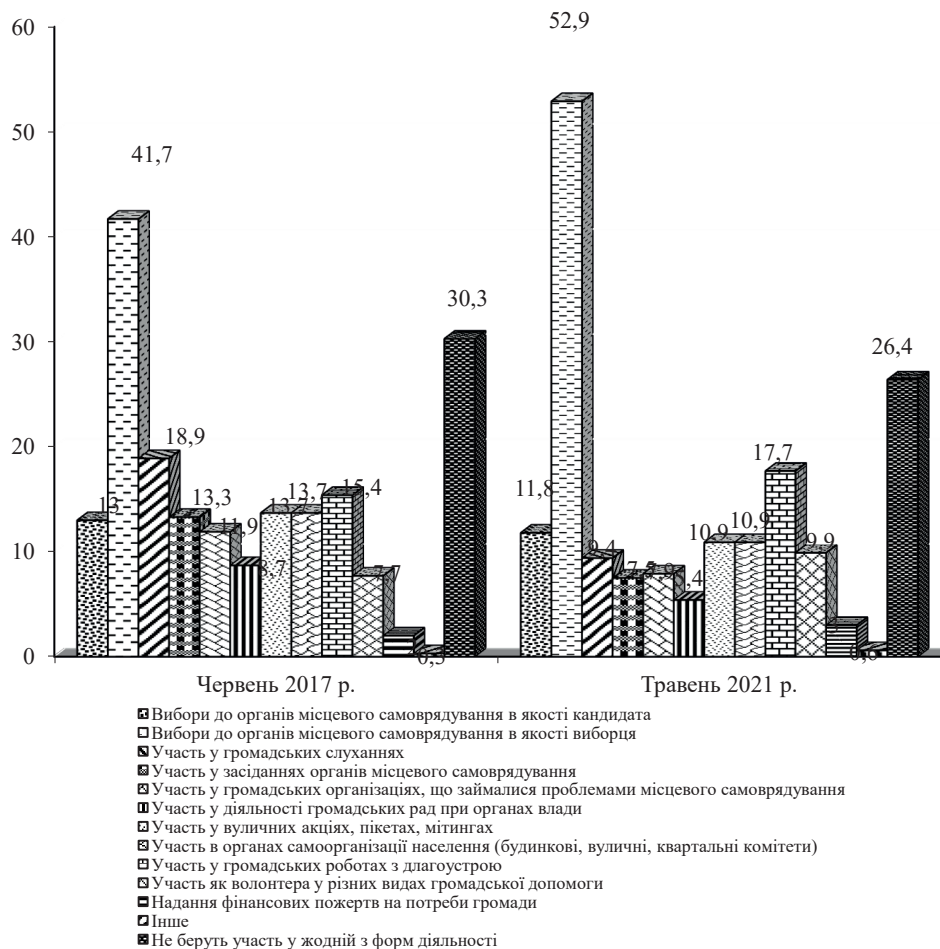


Рис. 4. Форми участі громадян в управлінні ОТГ

Джерело: побудовано автором на основі даних [15].

За даними проведених опитань більше половини громадян (52,9 %) беруть участь у місцевих виборах. З наведених даних видно збільшення участі громадян в виборах до органів місцевого самоврядування в якості виборця на 11,2 % та зменшення в якості кандидата (-1,2 %). Також збільшилася вдвічі активність участі громадян в управлінні ОТГ, а саме: участь у громадських слуханнях (збільшення на 9,5 %).

Не беруть участь в жодній з форм участі громадян в управлінні ОТГ майже третина (26,4 %) опитаних. Спостерігаються негативні тенденції, що свідчать про зниження активності за наступними формами участі: участь у засіданнях органів місцевого самоврядування (-5,8 %); участь мешканців у місцевих громадських організаціях, що вирішують нагальні проблеми місцевого самоврядування (-4 %); участь у діяльності громадських рад при органах влади (-3,3 %); участь у вуличних акціях, пікетах, мітингах (-2,8 %); участь у органах самоорганізації населення (-2,8 %). Громадські експерти пов'язують повільне зростання різних типів громадської участі в управлінні ОТГ з певними депресивними настроями у суспільстві та наростанням розчарування у реальній підтримці місцевою владою розвитку громадських інституцій.

Таку динаміку можна пояснити відсутністю проведення реальної роботи щодо залучення пересічних громадян до діяльності громадських інституцій та формальним характером існування частини зареєстрованих громадських організацій та об'єднань.

Громадську участь в управлінні розвитком ОТГ в Україні аналізують багато міжнародних організацій, які щорічно готують експертні звіти. У звіті Freedom House за напрямом «Міське демократичне управління» за період 2014–2020 рр. спостерігається покращення: 2014 р. – 5,50; 2015 р. – 5,50; 2016 р. – 5,25; 2017 р. – 5,00; 2018 р. – 4,75; 2019 р. – 4,5; 2020 р. – 4,25; 2021 р. – 3,25 [18].

При розробці стратегії розвитку ОТГ важливим є врахування двох основних умов: по-перше, розвиток ОТГ має відбуватися в напрямі покращення всіх сфер життєдіяльності громади (економічної, соціальної, культурної, політичної, екологічної, духовної тощо); по-друге, до реалізації процесу розробки та впровадження стратегії розвитку громади мають бути максимально залучені всі жителі. Для підтримки мешканців, сприйняття стратегії та можливості її подальшої ефективної реалізації необхідним є обговорення з громадою стратегічних напрямів, цілей, завдань, запланованих результатів на кожному етапі її розробки та подальшої реалізації [1, с. 7].

Ще одним напрямом вирішення проблем управління розвитком ОТГ є програмні ініціативи членів громади. Практика реалізації мікропроектів (проекти мають локальні ефекти та вирішують якусь проблему громади) з фінансуванням за рахунок донорських коштів поширена у більшості регіонів України. Це гарантує стабільне надходження фінансових ресурсів, які не лише вирішують існуючі та навіть попереджають майбутні проблеми, а й забезпечує розвиток ОТГ та самостійність існування.

За даними порталу об'єднаних територіальних громад [19] та Інформаційно-довідниковому порталу ОМС України створено 887 сайтів громад [20]. Веб-сайти об'єднаних територіальних громад є важливим інструментом встановлення ефективного діалогу з мешканцями громади. Сайт громади повинен бути достатньо добре структурованим, давати повне уявлення про ОТГ та роботу її органів місцевого самоврядування, мати сильний зворотній зв'язок, виступати комунікаційним майданчиком для взаємодії мешканців, організацій та місцевої влади.

Відносно моніторингу сайтів і місцевих ЗМІ можна означити такі недоліки організації комунікативної стратегії в ОТГ: у більшості ОТГ офіційним Інтернет-сервісом є саме веб-сайт органу місцевого самоврядування; необхідне відокремлення у структурі веб-сайту тематичних блоків: для мешканців, для туристів, для інвесторів; структура тематичних блоків повинна охоплювати усі аспекти життя ОТГ: загальні відомості, актуальні події, детальна інформація про міську владу та її діяльність за галузями охорони здоров'я та соціальної допомоги, освіти, міських комунікацій, культури, забезпечення громадського порядку, спорту та відпочинку; електронні сервіси веб-сайтів не дозволяють мешканцям передавати весь перелік документів, а також отримувати документи без особистої явки; веб-сайт не використовують як маркетинговий інструмент.

Рекомендації інститутам громадянського суспільства та ЗМІ: запланувати і проводити в територіальних громадах та ОТГ просвітницькі заходи з інформування представників місцевої влади та громадських активістів щодо існуючих форм самоорганізації та участі громадськості у процесах прийняття рішень; надавати методичну допомогу органам та посадовим особам місцевого самоврядування у розробці локальних нормативно-правових актів, в організації консультацій з мешканцями, у виявленні громадської думки щодо проблем та перспектив розвитку громади; проводити в громадах навчальні семінари для активістів та працівників органів місцевого самоврядування з питань налагодження діалогу; участь громадськості у бюджетному процесі, у здійсненні моніторингу якості послуг, включення додаткових ресурсів мешканців у вирішення місцевих проблем [15].

Комунікативна діяльність органів місцевої влади розвитку ОТГ передбачає вирішення таких комунікативних проблем (рис. 5).

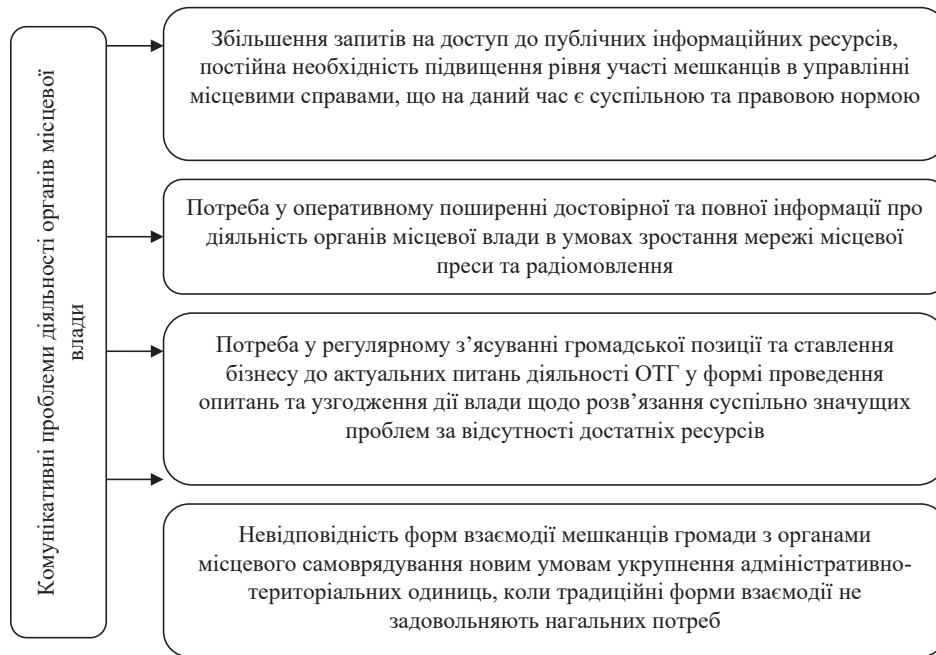


Рис. 5. Комунікативні проблеми діяльності органів місцевої влади

Джерело: розроблено автором на основі [1; 3; 6; 9; 13; 15].

Щодо розвитку інституту старост, за даними [21] 1420 ОТГ, в яких відбулися перші вибори (кількість старост затверджених радою – 7785), створено 8065 старостинських органів (територіальних юрисдикцій старост).

Дієві способи соціального забезпечення мешканців громади на перелік надання адміністративних послуг визначається ОТГ. Наявна офіційна інформація щодо результатів реалізації соціальної політики у 2021 р. [17] свідчить про те, що прийомом документів для призначення видів соціальної підтримки в ОТГ займаються лише 2 713 осіб та 2 067 старост. З загальної кількості ОТГ в 547 було створено відділення робочих місць Пенсійним фондом для послуг у сфері пенсійного забезпечення. Для покращення реалізації напрямів соціальної політики необхідні створення та організація роботи територіальних центрів соціального обслуговування ОТГ, розширення переліку соціальних послуг та адміністративних послуг у сфері соціального забезпечення й організація надання за принципом єдиного вікна.

За даними Державної служби статистики України в 367 територіальних громадах працюють комунальні установи, що надають соціальні послуги; в 769 громадах соціальні послуги надають інші комунальні установи. У штаті працюючих комунальних закладів лише 2 623 фахівців із соціальної роботи та 1 655 спеціалістів введено до штатного розпису виконкомів територіальних громад, до повноважень яких належить здійснення соціальної роботи та надання соціальних послуг [16].

Станом на 10 січня 2022 р. кількість ЦНАП дорівнювало 1055, що на 420 більше, ніж у 2015 р. (635 ЦНАП), та на 79, ніж у 2021 р. Із загальної кількості ЦНАП: 59 % було утворено районними державними адміністраціями; 32 % – міськими радами міст районного значення, сільськими, селищними радами; 7 % – міськими радами міст обласного значення та 2% міськими радами міст-обласних центрів та Київською міськрадою [21]. З 1438 громад 1030 громад мають ЦНАП, 408 громад не мають ЦНАП.

В Україні працюють багато державних і недержавних інституцій, які постійно підтримують розвиток громад та територій при наявності у них якісного портфеля проектів та стратегій розвитку. До поданого переліку можна віднести державний фонд регіонального розвитку (щорічно виділяє значні ресурси для розвитку громад на конкурсних засадах). Кожна обласна адміністрація проводить щорічний конкурс проектів, спрямованих на розвиток ОТГ. Для участі у конкурсах потрібно розробляти і подавати якісні проекти у відповідності до встановлених вимог [4, с. 76].

На 2021 р. передбачена субвенція на будівництво, реконструкцію, ремонт та утримання доріг загального користування місцевого значення в сумі 49,6 млрд грн [17].

Обсяги державної підтримки фінансування місцевого та регіонального розвитку за період 2015–2021 рр. зросли в 27,5 рази з 3,7 млрд грн (2015 р.) до 81,8 млрд грн (2021 р.). Протягом 2021 р. державна підтримка місцевого розвитку зменшилася на 20,1 млрд грн та на кінець 2021 р. становила 81,8 млрд грн. Найбільшу питому вагу в джерелах фінансування займає субвенція на інфраструктуру – 60,6 % (49,6 млрд грн), 18,9 %, або 15,5 млрд грн, становить державний фонд регіонального розвитку, вага коштів на підтримку секторальної регіональної політики лише 16,1 % (13,2 млрд грн) [21].

Державна підтримка на розвиток громад та розбудову інфраструктури у 2021 р. становила 81,8 млрд грн (15,5 млрд грн – регіональний розвиток, 4,5 млрд грн – розвиток сільських територій, 3,5 млрд грн – розвиток у сфері охорони здоров'я, 4,1 млрд грн – розвиток у сфері освіти, 49,6 млрд грн – розвиток дорожньої інфраструктури, 1,7 млрд грн – розвиток інфраструктури (соціального забезпечення), 1,5 млрд грн – розвиток транспортної інфраструктури, 0,3 млрд грн – розвиток у сфері культури, 0,8 млрд грн – розвиток спортивної інфраструктури, 0,3 млрд грн – інші напрями розвитку територій [21].

Можна виокремити такі проблеми громадської участі в територіальному розвитку ОТГ (рис. 6).

Для підвищення рівня громадянської освіти на місцях необхідне проведення постійної виховної роботи освітніми закладами (формальна і неформальна освіта).

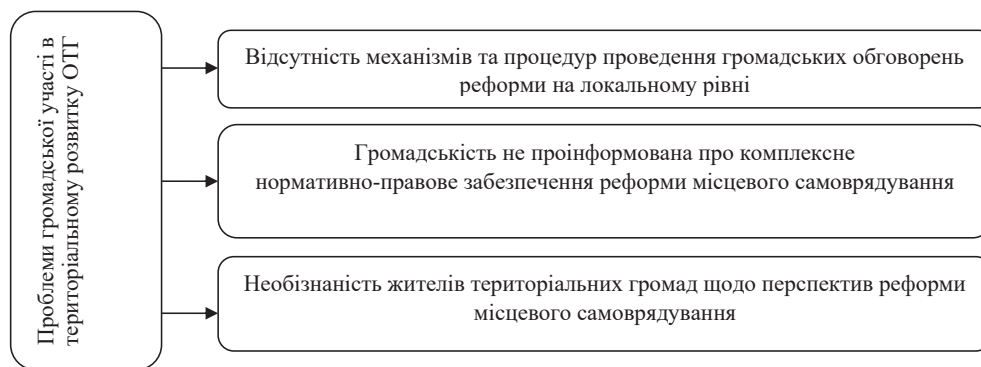


Рис. 6. Проблеми громадської участі в територіальному розвитку ОТГ

Джерело: розроблено автором на основі [15; 19; 20].

На становлення громадської обізнаності в питаннях територіального розвитку впливає активна діяльність політичних об'єднань та громадських спільнот й асоціацій (молодіжних, жіночих, правозахисних, екологічних тощо).

Сприяття досягненню цілей громадської освіти значною мірою покликані різноманітні благодійні та філантропські організації та фонди на основі підтримки організації виховних заходів, конкурсів, семінарів, тренінгів, надання грантів для розроблення науково-методичних матеріалів, посібників підручників, фінансової підтримки публікацій. Виконувати завдання громадянської освіти та просвіти мають також засоби масової інформації, пропагуючи ідеї громадянськості, публікуючи відповідні матеріали, випускаючи навчальні теле- та радіопередачі тощо [6, с. 217].

Розвиток інституцій з місцевого розвитку виступає одним із головних інструментів активізації життя у громадах, вирішення спільно нагальних проблем та створення реальних можливостей для розвитку територій. Для цього необхідним є застосування всіх елементів механізму реалізації системи інституцій місцевого розвитку та обов'язкове створення агенцій місцевого економічного розвитку, центрів розвитку малих міст, бізнес-центрів, громадських організацій, асоціацій бізнесу, дозвільних центрів, центрів надання адміністративних послуг, інформаційно-консультативних центрів, агенцій із залучення інвесторів, фондів підтримки підприємництва. Необхідно сфокусуватися на комплексному вирішенні питань розвитку ОТГ, а також спрямувати діяльність на всіх учасників місцевого розвитку. Передусім необхідна підтримка місцевих органів влади при плануванні місцевого розвитку, формування банку даних проєктів громадських ініціатив, обов'язкове встановлення пріоритетності стратегічних проєктів, створення та підтримка інформаційних систем ОТГ для ефективного управління розвитком.

Для забезпечення ефективної реалізації стратегій в ОТГ необхідно постійно проводити громадський моніторинг, оцінку впливу результатів положень, закріплених стратегією на життя мешканців громади, необхідно відстежувати ефективність реалізованих програм та проєктів.

Не існує універсальної чи нормативної моделі взаємовідносин органів публічної влади на місцях та громадськості, яка була б прийнятною для ОТГ. Сучасні відносини між владними структурами та місцеви-



ми інститутами громадськості повинні складатися з певного переліку сходинок та передбачати розширення участі мешканців у прийнятті рішень та управлінні справами.

Оптимальний вплив громадськості на місцеву владу потребує рівномірного розподілу повноважень серед соціальних груп при наявності законних каналів впливу на діяльність з метою уникнення монополізації влади. Необхідним є структуризація комунікативних елементів з типовими функціями взаємодії місцевих владних структур із громадськими інституціями за допомогою діалогових форм спілкування та договірного партнерства, що забезпечить постійний взаємний контроль й певну рівновагу інтересів системи «місцева влада – мешканці громади».

Література:

1. Архипенко І. М. Стратегічне управління розвитком об'єднаних територіальних громад. *Публічне адміністрування: теорія та практика*. 2019. № 2 (22). С. 1–10.
2. Arkhyupenko, I. M. (2019). Stratehichne upravlinnia rozvytkom obiednanykh terytorialnykh hromad [Strategic management of the united territorial communities development]. *Publichne administruvannia: teoriia ta praktyka* [Public administration: theory and practice], 2 (22), 1 – 10. [in Ukrainian]
3. Берданова О. В., Вакуленко В. М., Гринчук Н. М., Колтун В. С., Куйбіда В. С., Ткачук А. Ф. Управління розвитком об'єднаних територіальних громад на засадах громадської участі. Київ : Рада Європи, 2017.
4. Berdanova, O. V., Vakulenko, V. M., Hrynchuk, N. M., Koltun, V. S., Kuibida, V. S., Tkachuk, A. F. (2017). *Upravlinnia rozvytkom obiednanykh terytorialnykh hromad na zasadakh hromadskoi uchasti* [Managing the development of united territorial communities on the basis of public participation]. Kyiv: Rada Yevropy. [in Ukrainian]
5. Захарченко В. І. Організаційно-інституційні та економічні передумови ефективного розмежування повноважень між органами державної влади та місцевого самоврядування в рамках реформи децентралізації. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*. 2020. № 16 (44). С. 10–16.
6. Zakharchenko, V. I. (2020). Orhanizatsiino-instytutsiini ta ekonomichni peredumovy efektyvnoho rozmezhuvannia povnovazhen mizh orhanamy derzhavnoi vlady ta mistsevoho samovriaduvannia v ramkakh reformy detsentralizatsii [Organizational-institutional and economic preconditions for effective separation of powers between public authorities and local self-government in the framework of decentralization reform]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia», seriia «Ekonomika»* [Scientific notes of Ostroh Academy National University, «Economics» series], 16 (44), 10 – 16. [in Ukrainian]
7. Костюкевич Р. М., Мандзюк О. М. Проектне управління в системі стратегічного планування об'єднаних територіальних громад. *Управління розвитком складних систем*. 2016. № 26. С. 74–82.
8. Kostiukevych, R. M., Mandziuk, O. M. (2016). Proektne upravlinnia v systemi stratehichnoho planuvannia obiednanykh terytorialnykh hromad [Project management in the system of strategic planning of united territorial communities]. *Upravlinnia rozvytkom skladnykh system* [Management of complex systems development], 26. 74 – 82. [in Ukrainian]
9. Кравцова В. С., Старонянської І. З. Територіальні громади в умовах децентралізації: ризики та механізми розвитку. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України, 2020.
10. Kravtsiva, V. S., Staronianskoi, I. Z. (2020). *Terytorialni hromady v umovakh detsentralizatsii: ryzyky ta mekhanizmy rozvytku* [Territorial communities in the conditions of decentralization: risks and mechanisms of development]. Lviv: DU «Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M. I. Dolishnoho NAN Ukrainy. [in Ukrainian]
11. Сербьогин С. М., Шаров Ю. П. Управління стратегічним розвитком об'єднаних територіальних громад: інноваційні підходи та інструменти. Дніпро : ДРІДУ НАДУ, 2016.
12. Serohyn, S. M., Sharov, Yu. P. (2016). *Upravlinnia stratehichnym rozvytkom obiednanykh terytorialnykh hromad: innovatsiini pidkhody ta instrumenty* [Managing the strategic development of united territorial communities: innovative approaches and tools]. Dnipro: DRIDU NADU. [in Ukrainian]
13. Бриль М., Врублевський О., Данчева О., Сеїтосманов А., Чубаров Е. Успішна територіальна громада: будемо разом. Харків : Видавничий будинок Фактор, 2018.
14. Bryl, M., Vrublevskiy, O., Dancheva, O., Seitosmanov, A., Chubarov, E. (2018). *Uspishna terytorialna hromada: buduiemo razom* [Successful territorial community: building together]. Kharkiv: Vydavnychiy budynok Faktor. [in Ukrainian]
15. Жаліло Я. А., Шевченко О. В., Романова В. В. Децентралізація влади: порядок денний на середньострокову перспективу. Київ : Національний інститут стратегічних досліджень, 2019.
16. Zhalilo, Ya. A., Shevchenko, O. V., Romanova, V. V. (2019). *Detsentralizatsiia vlady: poriadok denniy na serednostrokovu perspektivu* [Decentralization of power: order for the medium term]. Kyiv: Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen. [in Ukrainian]
17. Корнієвський О. А., Тищенко Ю. А., Яблонський В. М. Громадянське суспільство України: сучасні практики та виклики розвитку. Київ : Національний інститут стратегічних досліджень, 2018.
18. Korniyevskyy O. A., Tyshchenko Yu. A., Yablonskyy V. M.. (2018). *Hromadyanske suspilstvo Ukrayiny: suchasni praktyky ta vyklyky rozvytku* [Civil society of Ukraine: modern practices and challenges of development]. Kyiv: Natsionalnyy instytut stratehichnykh doslidzhen. [in Ukrainian]
19. Мохорт Н. Методологічні аспекти побудови моделі оцінювання динаміки розвитку об'єднаних територіальних громад. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2018. № 1(36). С. 141–147.

Mokhort, N. (2018). Metodolohichni aspekty pobudovy modeli otsiniuvannya dynamiky rozvytku obiednanykh terytorialnykh hromad [Methodological aspects of building a model for evaluation the dynamics of development of united territorial communities]. *Derzhavne upravlinnia ta mistseve samovriaduvannia* [Public administration and local self-government], 1(36), 141 – 147. [in Ukrainian]

11. Паливода Л. Збірник звітів за результатами оцінки діяльності органів виконавчої влади за напрямом «Взаємодія з громадськістю». Київ : БФ «Творчий центр ТЦК», 2018.

Palyvoda, L. (2018). *Zbirnyk zvitiv za rezultatamy otsinky diialnosti orhaniv vykonavchoi vlady za napriamom «Vzaiemodiia z hromadkistiui»* [Collection of reports on the results of the evaluation of the activities of executive bodies in the direction of «Interaction with the public»]. Kyiv: BF «Tvorchyi tsentr TTsK». [in Ukrainian]

12. Корнієвський О., Сидоренко Д., Пеліванова Н. Ключові виклики для розвитку громадянського суспільства, 2020. Стан розвитку громадянського суспільства в Україні у 2020 році. Київ : НІДС, 2021.

Korniievskiy, O., Sydorenko, D., Pelivanova, N. (2021). *Kliuchovi vyklyky dlia rozvytku hromadianskoho suspilstva, 2020. Stan rozvytku hromadianskoho suspilstva v Ukraini u 2020 rotsi* [Key challenges for the development of civil society, 2020. State of development of civil society in Ukraine in 2020]. Kyiv: NIDS. [in Ukrainian]

13. Патицька Х. О. Формування фінансово-економічного потенціалу територіальних громад в умовах реалізації реформ місцевого самоврядування. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього НАН України», 2018.

Patytska, Kh. O. (2018). *Formuvannia finansovo-ekonomichnoho potentsialu terytorialnykh hromad v umovakh realizatsii reform mistsevoho samovriaduvannia* [Formation of financial and economic potential of territorial communities in the conditions of realization of local self-government reform]. Lviv: DU «Instytut rehionalnykh doslidzhen im. M. I. Dolishnoho NAN Ukrainy». [in Ukrainian]

14. Аналітичний звіт за підсумками дослідження стану соціального капіталу в громадах України та умов для його формування і розвитку (Асоціація сприяння самоорганізації населення, Міжнародний фонд «Відродження», Одеський інститут соціальних технологій). URL: http://www.niss.gov.ua/public/File/2018_table/0427_zvit.pdf (дата звернення: 17.05.2022).

Analitychnyi zvit za pidsumkamy doslidzhennia stanu sotsialnoho kapitalu v hromadakh Ukrainy ta umov dlia yoho formuvannia i rozvytku [Analytical report on the results of the study of the state of social capital in the communities of Ukraine and the conditions for its formation and development (Association for the promotion of selforganization of the population, International foundation «Renaissance», Odessa institute of social technologies). <http://www.niss.gov.ua/public/File/2018_table/0427_zvit.pdf> [in Ukrainian] (2022, May, 17).

15. Участь громадськості в об'єднанні та розвитку територіальних громад: аналітична записка за результатами міжрегіонального дослідження. URL: <https://www.irf.ua> (дата звернення: 11.05.2022).

Uchast hromadskosti v obiednanni ta rozvytku terytorialnykh hromad: analitychna zapyska za rezultatamy mizhrehionalnoho doslidzhennia [Public participation in the association and development of territorial communities: analytical note on the results of an interregional study]. [in Ukrainian]

16. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 17.05.2022).

Ofitsiyniy veb-sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. <<https://www.ukrstat.gov.ua>> (2022, May, 17). [in Ukrainian]

17. Моніторинг процесу децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування станом на 09 квітня 2021 (Міністерство розвитку громад та територій України). URL: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/710/Моніторинг_09.04.2021.pdf (дата звернення: 10.05.2022).

Monitorynh protsesu detsentralizatsii vlady ta reformuvannia mistsevoho samovriaduvannia stanom na 09 kvitnia 2021 [Monitoring the process of decentralization of power and reform of local self-government as of April 09, 2021 (Ministry of Development of Communities and Territories of Ukraine)]. <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/710/Моніторинг_09.04.2021.pdf> [in Ukrainian] (2022, May, 10).

18. Офіційний сайт Міжнародної неурядової організації Freedom House. URL: <https://www.minregion.gov.ua> (дата звернення: 23.05.2022).

Ofitsiyniy sait Mizhnarodnoi neuriadovoi orhanizatsii Freedom House. <<https://www.minregion.gov.ua>> (2022, May, 23). [in Ukrainian]

19. Офіційний портал об'єднаних громад України. URL: <https://www.gromada.info> (дата звернення: 17.05.2022).

Ofitsiyniy portal obiednanykh hromad Ukrainy. <<https://www.gromada.info>> (2022, May, 17). [in Ukrainian]

20. Офіційний веб-сайт Міністерства розвитку громад та територій. URL: <https://www.minregion.gov.ua> (дата звернення: 17.05.2022).

Ofitsiyniy veb-sait Ministerstva rozvytku hromad ta terytorii. <<https://www.minregion.gov.ua>> (2022, May, 17). [in Ukrainian]

21. Моніторинг реформ місцевого самоврядування та територіальної організації вдали станом на 10 січня 2022 (Міністерство розвитку громад та територій України). URL: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/800/10.01.2022.pdf> (дата звернення: 10.05.2022).

Monitorynh reform mistsevoho samovriaduvannia ta terytorialnoi orhanizatsii vdaly stanom na 10 sichnia 2022 [Monitoring of reforms of local self-government and territorial organization of power on January 10, 2022 (Ministry of Development of Communities and Territories of Ukraine)]. <<https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/800/10.01.2022.pdf>> [in Ukrainian] (2022, May, 10).

**ФІНАНСИ,
ГРОШІ І КРЕДИТ**



Отримано: 26 травня 2022 р.

Прорецензовано: 12 червня 2022 р.

Прийнято до друку: 14 червня 2022 р.

e-mail: gogrya@gmail.com

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-25(53)-67-77

Гонак І. М. Можливості інвестування у криптовалюти в умовах активної фази пандемії Covid-19 у 2020–2021 рр. та конвенційної російсько-української війни 2022 р. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: науковий журнал. Острог: Вид-во НаУОА, червень 2022. № 25(53). С. 67–77.

УДК: 336.741:336.744.1

JEL-класифікація: G31, F21, F31, E42, E49

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0002-7427-1415>

Гонак Ігор Михайлович,
кандидат економічних наук, кафедра міжнародної економіки
Західноукраїнського національного університету

МОЖЛИВОСТІ ІНВЕСТУВАННЯ У КРИПТОВАЛЮТИ В УМОВАХ АКТИВНОЇ ФАЗИ ПАНДЕМІЇ COVID-19 У 2020–2021 РР. ТА КОНВЕНЦІЙНОЇ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ 2022 Р.

У статті розглянуто найбільші кризи, з якими зустрівся світовий фінансовий ринок, – пандемія Covid-19 у 2020–2021 рр. та конвенційна російсько-українська війна 2022 р. Охарактеризовано вплив пандемії Covid-19 у 2020–2021 рр. та конвенційної російсько-української війни 2022 р. на різні складові фінансового ринку. Виявлено кореляційну залежність між активною фазою пандемії Covid-19 у 2020–2021 рр. та конвенційної російсько-української війни 2022 р. і зміною вартості криптовалюти Bitcoin.

Ключові слова: пандемія Covid-19, війна, конвенційна російсько-українська війна, фінансовий ринок, криптовалютний ринок, криптовалюта, криптомонета, криптовалютна монета, Bitcoin, Ether, золото.

Igor Gonak,
PhD in Economics, Department of International Economics
Western Ukrainian National University

OPPORTUNITIES TO INVEST IN CRYPTOCURRENCIES DURING THE ACTIVE PHASE OF THE COVID-19 PANDEMIC IN 2020-2021 AND THE CONVENTIONAL RUSSIAN-UKRAINIAN WAR OF 2022

Since the rise of the first cryptocurrency in 2008 until 2022, we can observe significant price volatility of cryptocurrency coins, periodic decline in prices for cryptocurrency coins and their growth, changes in the volume of cryptocurrency coin trading. Investors perceive cryptocurrency as an alternative (hedging) investment, a means of circulation and a measure of value. They increasingly use it in global socio-economic and military-political crises. Studying the price dynamics of cryptocurrencies during the active phase of the Covid-19 pandemic in 2020-2021 (the previous pandemic was a hundred years ago – the so-called "Spanish flu") and the conventional Russian-Ukrainian war of 2022 (and a similar scale of conflict after World War II 77 years), we will try to conduct an economic analysis to examine how these crisis factors affected the dynamics of prices for major cryptocurrencies – Ether and Bitcoin.

Highlighting previously unresolved parts of the overall problem. The influence of various global factors on the price of cryptocurrencies has been insufficiently studied due to the short historical period of cryptocurrencies existence. We will try to identify the dependence of cryptocurrencies' values dynamics on the presence of global positive or negative factors (pandemics, wars, etc.).

The purpose and objectives of the study. The main objectives of the article are to prove that the presence of global positive or negative factors (pandemics, wars, etc.) has a significant impact on the structure of investment, in general, and the price dynamics of cryptocurrency units in particular.

Methods. In the research process, in particular, the following methods were used: analysis – to reveal the object and subject of research; abstract-logical (theoretical generalizations and formulations of conclusions concerning the impact of the Covid-19 pandemic in 2020-2021 and the conventional Russian-Ukrainian war in 2022 on the value of the cryptocurrency Bitcoin).

Results. The significant impact of the Covid-19 pandemic in 2020-2021 and the conventional Russian-Ukrainian war in 2022 on various components of the financial market has been revealed. It was found that extreme socio-economic events provoke a fall in the stock market, do not provoke significant changes in the gold market and stimulate the major cryptocurrencies value growth. Bitcoin and Ether price dynamics have been shown to be highly correlated and are more suitable as short-term safe investment havens for pandemic or conventional war events than gold for economic operators who want to save and increase their savings.

Conclusions. Due to the significant increase in the price of Bitcoin and Ether cryptocurrencies during the peak periods of the Covid-19 pandemic in 2020-2021 and the conventional Russian-Ukrainian war in 2022, cryptocurrencies are an effective and appropriate tool for investing and saving financial resources in the short term.

Keywords: Covid-19 pandemic, war, conventional Russian-Ukrainian war, financial market, cryptocurrency market, cryptocurrency, cryptocurrency, Bitcoin, Ether, gold.

Постановка проблеми. Від початку створення першої криптовалюти у 2008 р. і до 2022 р. ми можемо спостерігати значну цінову волатильність криптовалютних монет, періодичне зниження цін на криптовалютні монети та їх зростання, зміни обсягу торгів криптовалютами. Інвестори сприймають криптовалюту як альтернативну (хеджуючу) інвестицію та засіб обігу і міру вартості, та все більше її використовують в умовах глобальних соціально-економічних та військово-політичних криз. Вивчаючи цінову динаміку криптовалют у період активної фази пандемії Covid-19 у 2020–2021 рр. (а попередня пандемія була сто років назад – так званий «іспанський грип») та конвенційної російсько-української війни 2022 р. (а подібного масштабу конфлікту після Другої світової війни, тобто 77 років, не було), ми спробуємо здійснити економічний аналіз, щоб вивчити, як ці кризові фактори впливають на динаміку цін на основні криптовалюти – Ether та Bitcoin.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню особливостей зміни динаміки вартості криптовалют у залежності від глобальних позитивних чи негативних факторів впливу (пандемій, війн і т.д.) присвятила свої наукові дослідження значна кількість українських та іноземних науковців. Окремі аспекти цього впливу розглядали у своїх наукових працях такі науковці: Д. Г. Баур, І. М. Гонак, І. А. Екапутра, Б. М. Люсі, А. Мадгілл, К. Д. Маріана, З. А. Хусодоа, Ч. Цинь, М. Чен, Х. Чжан та інші вчені.

Аналізуючи наукові праці вчених щодо особливостей зміни динаміки вартості криптовалют у залежності від глобальних позитивних чи негативних факторів впливу (пандемій, війн і т.д.), необхідно визнати, що наукові дослідження цієї залежності не можна визнати достатньо вичерпними і тематика потребує подальшого наукового теоретичного, економетричного та статистичного аналізу.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Вплив різних глобальних факторів на ціну криптовалют вивчений недостатньо через незначний історичний проміжок існування криптовалют. Ми спробуємо виявити залежність динаміки вартості криптовалют від наявності глобальних позитивних чи негативних факторів впливу (пандемій, війн і т.д.).

Мета (цілі і завдання) дослідження: довести те, що наявність глобальних позитивних чи негативних факторів впливу (пандемій, війн і т.д.) здійснює значний вплив на структуру інвестування, у цілому, та цінову динаміку криптовалютних одиниць, зокрема.

Виклад основного матеріалу дослідження й отриманих наукових результатів. Ринок криптовалют поряд із фондовим ринком та ринком золота є гармонійною складовою міжнародного фінансового ринку. Є думка, що існує не менше 50 млн активних криптокристувачів, які здійснюють транзакції, пов'язані із криптовалютами, та понад сотні криптобірж у всьому світі [1]. Якщо врахувати членів сімей активних криптокристувачів, то кількість людей у світі, на яких прямо чи опосередковано впливає функціонування криптовалютного ринку, складає близько 150–300 млн осіб, що можна порівняти із половиною населення Європейського Союзу (найпотужнішого політико-економічного об'єднання у світі), яке складає понад 500 млн громадян [2], чи населенням США. Тобто, обсяги і значення ринку криптовалют є величезними.

Різні складові фінансового ринку під час періодів, на які припала пандемія Covid-19 у 2020–2021 рр. та конвенційна російсько-українська війна у 2022 р., поведуться по-різному.

На фондовому ринку після декларації Всесвітньої організації охорони здоров'я 11 березня 2020 р. на початку пандемії Covid-19 через один торговий день відбулося падіння індексу S&P500 на 9,51 %, падіння індексу FTSE-100 – на 10,87 %, а падіння індексу Nikkei-225 склало 4,41 % [3]. Протягом чотирьох торгових днів у США індекс Dow Jones Industrial Average (DJIA) знизився на 26 %. За подібним сценарієм розвивалися події на фондових ринках Австралії, Великої Британії, інших країн Азії та Європи.

Незначні негативні тенденції короткострокового падіння ціни під час пандемії Covid-19 у 2020–2021 рр. проглядалися на ринку золота (хоч золото і вважається надійним притулком в умовах значних криз [4]) на початку пандемії Covid-19 після декларації Всесвітньої організації охорони здоров'я 11 березня 2020 р. через один торговий день відбулося падіння ціни золота на 3,53 % [3].

Проте, на ринку криптовалют спостерігалась за ціною динамікою тенденція, що відображено у табл. 1.

Із табл. 1 ми можемо зробити висновок, що до початку пандемії Covid-19 вартість криптовалютної монети Bitcoin поступово знижувалась – у період із 25 червня 2019 р. з ціни у розмірі 11045 дол. за криптомонету до 7921 дол. станом на 10 березня 2020 р., знизившись у вартості приблизно на 30 %. Проте, після декларації Всесвітньої організації охорони здоров'я 11 березня 2020 р. про початок пандемії Covid-19 криптовалюта почала поступово зростати у ціні і досягала пікових значень у періоди максимального загострення пандемії в січні–травні 2021 р. та у вересні–грудні 2021 р. Після початку 2022 р. вартість криптомонети Bitcoin почала поступово знижуватись і нисхідна цінова тенденція спостерігалась до 24 лютого 2022 р.

Таблиця 1

Вартість криптовалюти Bitcoin у період із 25 червня 2019 р. по 10 червня 2022 р., дол. США

Дата	Вартість BTC, дол. США	Дата	Вартість BTC, дол. США	Дата	Вартість BTC, дол. США
25.06.2019	11045	25.06.2020	9288	25.06.2021	34675
10.07.2019	12544	10.07.2020	9236	10.07.2021	33971
25.07.2019	9799	25.07.2020	9536	25.07.2021	34214
10.08.2019	11853	10.08.2020	11683	10.08.2021	46311
25.08.2019	10145	25.08.2020	11759	25.08.2021	47941
10.09.2019	10322	10.09.2020	10230	10.09.2021	46519
25.09.2019	8703	25.09.2020	10727	25.09.2021	42752
10.10.2019	8573	10.10.2020	11063	10.10.2021	55125
25.10.2019	7434	25.10.2020	13106	25.10.2021	61173
10.11.2019	8810	10.11.2020	15335	10.11.2021	67145
25.11.2019	6935	25.11.2020	19092	25.11.2021	57198
10.12.2019	7347	10.12.2020	18565	10.12.2021	47886
25.12.2019	7263	25.12.2020	23760	25.12.2021	50889
10.01.2020	7833	10.01.2021	40297	10.01.2022	41862
25.01.2020	8432	25.01.2021	32274	25.01.2022	36774
10.02.2020	10148	10.02.2021	46570	10.02.2022	44384
25.02.2020	9671	25.02.2021	49849	25.02.2022	38363
10.03.2020	7921	10.03.2021	54700	10.03.2022	41986
25.03.2020	6730	25.03.2021	52527	25.03.2022	43936
10.04.2020	7295	10.04.2021	58153	10.04.2022	42813
25.04.2020	7495	25.04.2021	50133	25.04.2022	39469
10.05.2020	9567	10.05.2021	58214	10.05.2022	30270
25.05.2020	8731	25.05.2021	38642	25.05.2022	29655
10.06.2020	9767	10.06.2021	37554	10.06.2022	29101

Джерело: побудована автором на основі [5].

Отже, ми маємо можливість спостерігати тенденцію, яка ілюструє те, що ефективність інвестування у криптовалюту як «безпечний притулок» відбувається у моменти максимального загострення кризи, а із зниженням інтенсивності кризових явищ стають привабливішими інші інвестиційні інструменти, у які перенапрявлятимуться інвестиційні ресурси.

Після початку конвенційної російсько-української війни відбулась різка зміна ситуації на фінансових ринках. 24 лютого 2022 р., у день початку конвенційної війни, різке падіння спостерігалось на російському фондовому ринку та обвал вартості російських активів на іноземних біржах. Індекс московської біржі впав на 28 %, а велика кількість акцій країни-агресора після відновлення торгів на Московській біржі обвалилась на 50 % і значніше. Наприклад, акції бюджетоутворюючої у Росії компанії «Газпром» знизилась на 54 %, вартість акцій іншої бюджетоутворюючої у Російській Федерації компанії «Роснефть» зменшилась ще більше – на 59 %, курс акцій компанії «Новатек» втратив у ціні 48 %, а вартість акцій системоутворюючого у Росії банку «Сбербанк» знецінились на 57 %, акції компанії «Лукойл» обезцінились на 47 % [6]. На Лондонській біржі акції найбільших компаній Російської Федерації обвалились на понад дві третини. Зокрема, акції російського «Сбербанку» втратили у вартості дві третини ціни, акції високотехнологічного банку «Тинькофф» впали катастрофічно – на 71 %, ціна акцій компанії «Норникель» знизилась на 36 %, а акції «Газпрому» у вартості втратили третину [7]. Така ситуація на російському фондовому ринку здійснювала суттєвий вплив і на інші фондові ринки.

На ринку золота початок конвенційної російсько-української війни у 2022 р. значного падіння не було, а спостерігалось, хоч і не значне, поступове зростання ціни дорогоцінного металу.

Криптовалюти показали іншу динаміку власної вартості – ціна основних криптовалют Ether та Bitcoin після початку конвенційної російсько-української війни у 2022 р. почала різко зростати.

Для аналізу відносних змін вартості основних інвестиційних інструментів побудуємо табл. 2.

Таблиця 2

Аналіз денної зміни вартості основних інвестиційних інструментів – золота, акцій та криптовалюти Bitcoin з 10.02.2022 р. по 06.06.2022 р.

Назва інвестиційного інструменту	10.02.2022	24.02.2022	05.04.2022	06.06.2022	Середньоденна зміна, %		
					10.02.2022-24.02.2022	24.02.2022-05.04.2022	05.04.2022-06.06.2022
Золото, дол. за кілограм [8]	58726.55	61198.95	61746.47	59602.66	0.295	0.022	-0.058
Dow Jones Industrial Average [9]	35241.59	33223.83	34641.18	32915.78	-0.420	0.105	-0.082
Bitcoin, дол. [5]	44384	37372	46662	31382	-1.221	0.556	-0.638

Отже, на початковому етапі конвенційної війни (у нашому випадку – конвенційної російсько-української війни) найбільш доцільним є інвестування у криптовалюту. Детальніше розглянемо динаміку вартості криптовалюти Bitcoin за два тижні перед початком конвенційної російсько-української війни із 10.02.2022 р. по 24.02.2022 р. у табл. 3.

Таблиця 3

Зміна вартості монети Bitcoin із 10.02.2022 р. по 24.02.2022 р., дол. США

Дата	Вартість BTC, дол.	Абсолютні прирости		Темпи зростання		Темпи приросту	
		ланцюгові	базисні	ланцюгові	базисні	ланцюгові	базисні
10.02.2022	44384			1	1		
11.02.2022	43628	-756	-756	0.983	0.983	-0.017	-0.017
12.02.2022	42445	-1183	-1939	0.973	0.956	-0.027	-0.044
13.02.2022	42255	-190	-2129	0.996	0.952	-0.004	-0.048
14.02.2022	42248	-7	-2136	1.000	0.952	0.000	-0.048
15.02.2022	42635	387	-1749	1.009	0.961	0.009	-0.039
16.02.2022	44574	1939	190	1.045	1.004	0.045	0.004
17.02.2022	44063	-511	-321	0.989	0.993	-0.011	-0.007
18.02.2022	40563	-3500	-3821	0.921	0.914	-0.079	-0.086
19.02.2022	40074	-489	-4310	0.988	0.903	-0.012	-0.097
20.02.2022	40193	119	-4191	1.003	0.906	0.003	-0.094
21.02.2022	38514	-1679	-5870	0.958	0.868	-0.042	-0.132
22.02.2022	37060	-1454	-7324	0.962	0.835	-0.038	-0.165
23.02.2022	38337	1277	-6047	1.034	0.864	0.034	-0.136
24.02.2022	37372	-965	-7012	0.975	0.842	-0.025	-0.158

Джерело: побудована автором на основі [5]

Абсолютний приріст ціни Bitcoin ми можемо розрахувати за формулою 1:

$$\Delta y = \frac{y_n - y_0}{n-1} \quad (1)$$

де y_n, y_1 – відповідно кінцевий і початковий рівні ряду, n – кількість рівнів ряду.

Середньоденний абсолютний приріст ціни Bitcoin за період вибірки (10.02.2022 р. – 24.02.2022 р.) склав:

$$\Delta y = \frac{37372 - 44384}{15 - 1} = \frac{-7012}{14} = -501 \text{ (доларів)}$$

Коефіцієнт зростання ціни Bitcoin ($\overline{T\bar{p}}$) розраховуємо за формулою 2:

$$\overline{T\bar{p}} = \sqrt[n-1]{\frac{y_n}{y_1}} \quad (2)$$

Середньоденний коефіцієнт зростання ціни Bitcoin за період вибірки (10.02.2022 р. – 24.02.2022 р.) склав:

$$\overline{T\bar{p}} = 0.9878$$

Коефіцієнт приросту ціни Bitcoin розраховуємо за формулою 3:

$$\overline{T\bar{p}r} = \overline{T\bar{p}} - 1 \quad (3)$$

Середньоденний коефіцієнт приросту ціни Bitcoin за період вибірки (10.02.2022 р. – 24.02.2022 р.) склав:

$$\overline{Tnp} = 0,9878 - 1 = -0,0122 \text{ або } -1,22\%$$

Ринкова вартість криптовалюти Bitcoin протягом 14 днів перед початком конвенційної російсько-української війни щоденно знижувалась, у середньому, на 1,22 %, або на 500 дол., що свідчить про потенціал значного зменшення вартості криптовалюти у «мирний» час (на майже 16 % протягом 2 тижнів). Проте, після початку конвенційної російсько-української війни ціна криптовалют різко зросла. Зокрема, криптовалюта Bitcoin змінила динаміку своєї ціни саме 24 лютого із спадної на зростаючу, що добре показано у табл. 4.

Таблиця 4

Зміна вартості монети Bitcoin із 24.02.2022 р. по 05.04.2022 р., дол. США

Дата	Вартість BTC, дол.	Абсолютні прирости		Темпи зростання		Темпи приросту	
		ланцюгові	базисні	ланцюгові	базисні	ланцюгові	базисні
24.02.2022	37372			1	1		
25.02.2022	38363	991	991	1.027	1.027	0.027	0.027
26.02.2022	39316	953	1944	1.025	1.052	0.025	0.052
27.02.2022	39090	-226	1718	0.994	1.046	-0.006	0.046
28.02.2022	37804	-1286	432	0.967	1.012	-0.033	0.012
01.03.2022	43225	5421	5853	1.143	1.157	0.143	0.157
02.03.2022	44460	1235	7088	1.029	1.190	0.029	0.190
03.03.2022	43981	-479	6609	0.989	1.177	-0.011	0.177
04.03.2022	42492	-1489	5120	0.966	1.137	-0.034	0.137
05.03.2022	39200	-3292	1828	0.923	1.049	-0.077	0.049
06.03.2022	39463	263	2091	1.007	1.056	0.007	0.056
07.03.2022	38443	-1020	1071	0.974	1.029	-0.026	0.029
08.03.2022	38076	-367	704	0.990	1.019	-0.010	0.019
09.03.2022	38733	657	1361	1.017	1.036	0.017	0.036
10.03.2022	41986	3253	4614	1.084	1.123	0.084	0.123
11.03.2022	39468	-2518	2096	0.940	1.056	-0.060	0.056
12.03.2022	38775	-693	1403	0.982	1.038	-0.018	0.038
13.03.2022	38904	129	1532	1.003	1.041	0.003	0.041
14.03.2022	38853	-51	1481	0.999	1.040	-0.001	0.040
15.03.2022	39669	816	2297	1.021	1.061	0.021	0.061
16.03.2022	39332	-337	1960	0.992	1.052	-0.008	0.052
17.03.2022	41166	1834	3794	1.047	1.102	0.047	0.102
18.03.2022	41002	-164	3630	0.996	1.097	-0.004	0.097
19.03.2022	41837	835	4465	1.020	1.119	0.020	0.119
20.03.2022	42202	365	4830	1.009	1.129	0.009	0.129
21.03.2022	41283	-919	3911	0.978	1.105	-0.022	0.105
22.03.2022	41062	-221	3690	0.995	1.099	-0.005	0.099
23.03.2022	42402	1340	5030	1.033	1.135	0.033	0.135
24.03.2022	42802	400	5430	1.009	1.145	0.009	0.145
25.03.2022	43936	1134	6564	1.026	1.176	0.026	0.176
26.03.2022	43332	-604	5960	0.986	1.159	-0.014	0.159
27.03.2022	44511	1179	7139	1.027	1.191	0.027	0.191
28.03.2022	46715	2204	9343	1.050	1.250	0.050	0.250
29.03.2022	46995	280	9623	1.006	1.257	0.006	0.257
30.03.2022	47459	464	10087	1.010	1.270	0.010	0.270
31.03.2022	47063	-396	9691	0.992	1.259	-0.008	0.259
01.04.2022	45528	-1535	8156	0.967	1.218	-0.033	0.218
02.04.2022	46270	742	8898	1.016	1.238	0.016	0.238
03.04.2022	45842	-428	8470	0.991	1.227	-0.009	0.227
04.04.2022	46435	593	9063	1.013	1.243	0.013	0.243
05.04.2022	46662	227	9290	1.005	1.249	0.005	0.249

Джерело: побудована автором на основі [5]

Середньоденний абсолютний приріст ціни Bitcoin за період вибірки (24.02.2022 р. – 05.04.2022 р.) склав:

$$\Delta u = \frac{46662 - 37372}{41 - 1} = \frac{9290}{40} = 232 \text{ (доларіє)}$$

Середньоденний коефіцієнт зростання ціни Bitcoin за період вибірки (24.02.2022 р. – 05.04.2022 р.) склав:

$$\overline{Tp} = 1.0056$$

Середньоденний коефіцієнт приросту ціни Bitcoin за період вибірки (24.02.2022 р. – 05.04.2022 р.) склав:

$$\overline{Tp} - 1 = 1,0056 - 1 = 0,0056 \text{ або } 0.56\%$$

Ринкова вартість криптовалюти Bitcoin після початку конвенційної російсько-української війни за 40 днів зросла майже на чверть, а щоденне зростання вартості складало 0,5566 %. Отримані результати дають підстави стверджувати про високий рівень позитивної реакції ціни криптовалюти на початок конвенційного військово-політичного протистояння між Російською Федерацією та Україною. Проте, після 05 квітня 2022 р. цінова динаміка криптовалютної монети Bitcoin отримала нисхідну динаміку, що добре проілюстровано у табл. 5.

Таблиця 5

**Зміна вартості криптовалюти монети Bitcoin із 05.04.2022 р.
по 06.06.2022 р., дол. США**

	Вартість BTC	Абсолютні прирости		Темпи зростання		Темпи приросту	
		ланцюгові	базисні	ланцюгові	базисні	ланцюгові	базисні
05.04.2022	46662			1	1		
06.04.2022	45835	-827	-827	0.982	0.982	-0.018	-0.018
07.04.2022	43970	-1865	-2692	0.959	0.942	-0.041	-0.058
08.04.2022	43645	-325	-3017	0.993	0.935	-0.007	-0.065
09.04.2022	42420	-1225	-4242	0.972	0.909	-0.028	-0.091
10.04.2022	42813	393	-3849	1.009	0.918	0.009	-0.082
11.04.2022	42285	-528	-4377	0.988	0.906	-0.012	-0.094
12.04.2022	39901	-2384	-6761	0.944	0.855	-0.056	-0.145
13.04.2022	39918	17	-6744	1.000	0.855	0.000	-0.145
14.04.2022	41205	1287	-5457	1.032	0.883	0.032	-0.117
15.04.2022	39960	-1245	-6702	0.970	0.856	-0.030	-0.144
16.04.2022	40587	627	-6075	1.016	0.870	0.016	-0.130
17.04.2022	40450	-137	-6212	0.997	0.867	-0.003	-0.133
18.04.2022	39739	-711	-6923	0.982	0.852	-0.018	-0.148
19.04.2022	40833	1094	-5829	1.028	0.875	0.028	-0.125
20.04.2022	41498	665	-5164	1.016	0.889	0.016	-0.111
21.04.2022	41397	-101	-5265	0.998	0.887	-0.002	-0.113
22.04.2022	40529	-868	-6133	0.979	0.869	-0.021	-0.131
23.04.2022	39757	-772	-6905	0.981	0.852	-0.019	-0.148
24.04.2022	39562	-195	-7100	0.995	0.848	-0.005	-0.152
25.04.2022	39469	-93	-7193	0.998	0.846	-0.002	-0.154
26.04.2022	40489	1020	-6173	1.026	0.868	0.026	-0.132
27.04.2022	38134	-2355	-8528	0.942	0.817	-0.058	-0.183
28.04.2022	39238	1104	-7424	1.029	0.841	0.029	-0.159
29.04.2022	39742	504	-6920	1.013	0.852	0.013	-0.148
30.04.2022	38651	-1091	-8011	0.973	0.828	-0.027	-0.172
01.05.2022	37821	-830	-8841	0.979	0.811	-0.021	-0.189
02.05.2022	38538	717	-8124	1.019	0.826	0.019	-0.174
03.05.2022	38562	24	-8100	1.001	0.826	0.001	-0.174
04.05.2022	37759	-803	-8903	0.979	0.809	-0.021	-0.191
05.05.2022	39699	1940	-6963	1.051	0.851	0.051	-0.149
06.05.2022	36612	-3087	-10050	0.922	0.785	-0.078	-0.215
07.05.2022	36116	-496	-10546	0.986	0.774	-0.014	-0.226
08.05.2022	35573	-543	-11089	0.985	0.762	-0.015	-0.238

Продовження таблиці 5

09.05.2022	34070	-1503	-12592	0.958	0.730	-0.042	-0.270
10.05.2022	30270	-3800	-16392	0.888	0.649	-0.112	-0.351
11.05.2022	31027	757	-15635	1.025	0.665	0.025	-0.335
12.05.2022	28914	-2113	-17748	0.932	0.620	-0.068	-0.380
13.05.2022	29126	212	-17536	1.007	0.624	0.007	-0.376
14.05.2022	29311	185	-17351	1.006	0.628	0.006	-0.372
15.05.2022	30189	878	-16473	1.030	0.647	0.030	-0.353
16.05.2022	31319	1130	-15343	1.037	0.671	0.037	-0.329
17.05.2022	29924	-1395	-16738	0.955	0.641	-0.045	-0.359
18.05.2022	30502	578	-16160	1.019	0.654	0.019	-0.346
19.05.2022	28772	-1730	-17890	0.943	0.617	-0.057	-0.383
20.05.2022	30382	1610	-16280	1.056	0.651	0.056	-0.349
21.05.2022	29257	-1125	-17405	0.963	0.627	-0.037	-0.373
22.05.2022	29492	235	-17170	1.008	0.632	0.008	-0.368
23.05.2022	30351	859	-16311	1.029	0.650	0.029	-0.350
24.05.2022	29163	-1188	-17499	0.961	0.625	-0.039	-0.375
25.05.2022	29655	492	-17007	1.017	0.636	0.017	-0.364
26.05.2022	29585	-70	-17077	0.998	0.634	-0.002	-0.366
27.05.2022	29347	-238	-17315	0.992	0.629	-0.008	-0.371
28.05.2022	28647	-700	-18015	0.976	0.614	-0.024	-0.386
29.05.2022	29088	441	-17574	1.015	0.623	0.015	-0.377
30.05.2022	29492	404	-17170	1.014	0.632	0.014	-0.368
31.05.2022	31741	2249	-14921	1.076	0.680	0.076	-0.320
01.06.2022	31866	125	-14796	1.004	0.683	0.004	-0.317
02.06.2022	29833	-2033	-16829	0.936	0.639	-0.064	-0.361
03.06.2022	30481	648	-16181	1.022	0.653	0.022	-0.347
04.06.2022	29714	-767	-16948	0.975	0.637	-0.025	-0.363
05.06.2022	29872	158	-16790	1.005	0.640	0.005	-0.360
06.06.2022	31382	1510	-15280	1.051	0.673	0.051	-0.327

Джерело: побудована автором на основі [5]

Середньоденний абсолютний приріст ціни криптовалютної монети Bitcoin за період вибірки (05.04.2022 р. – 06.06.2022 р.) склав:

$$\Delta y = \frac{31382 - 46662}{63 - 1} = \frac{-15280}{62} = -246 \text{ (доларів)}$$

Середньоденний коефіцієнт зростання ціни криптовалютної монети Bitcoin за період вибірки (05.04.2022 р. – 06.06.2022 р.) склав:

$$\overline{Tr} = 0.99362$$

Середньоденний коефіцієнт приросту ціни криптовалютної монети Bitcoin за період вибірки (05.04.2022 р. – 06.06.2022 р.) склав:

$$\overline{Tnp} = 0.99362 - 1 = -0,00638 \text{ або } -0.638\%$$

Ринкова вартість криптовалютної монети Bitcoin після 40-денної адаптації до конвенційної російсько-української війни протягом 62 діб зменшилась на третину, а середнє щоденне зниження вартості складало 246 дол. за монету, або 0,638 %. Отримані результати дають підстави стверджувати, що міжнародна економіка має високу адаптивність до початку гострого конвенційного військово-політичного протистояння між країнами. Отже, криптовалюти монети є ефективним і доцільним інструментом для інвестування та збереження вартості наявних у економічного суб'єкта фінансових ресурсів у коротко-строковому періоді (у поданому випадку – до 40 днів). Після цього ціна криптовалюти починає стрімко знижуватись. Тому, після адаптації міжнародної економіки до конвенційної війни варто направити фінансові ресурси для інвестування у інші інструменти, зокрема, у золото.

Станом на 6 червня 2022 р. капіталізація криптовалюти Bitcoin складала 44,89 % [5] загальної капіталізації ринку криптовалют, а капіталізація криптовалюти Ether складала 16,92 % [10]. Отже, спільна капіталізація двох основних криптовалютних монет складає 61,81 % загальної капіталізації ринку криптовалют. Тому необхідно визначити кореляційну залежність вартості цих криптовалют. Для цього ми будемо табл. 6.

Таблиця 6

**Розрахунок кореляції між вартістю криптовалютних монет Bitcoin (x) та Ether (y)
(у період із 10.02.2022 р. по 05.04.2022 р.)**

Дата	Ціна однієї криптовалюти Bitcoin, дол., x	Ціна однієї криптовалюти Ether, дол., y	xy	x ²	y ²
10.02.2022	44384	3250	144248000	1969939456	10562500
11.02.2022	43628	3070	133937960	1903402384	9424900
12.02.2022	42445	2950	125212750	1801578025	8702500
13.02.2022	42255	2920	123384600	1785485025	8526400
14.02.2022	42248	2869	121209512	1784893504	8231161
15.02.2022	42635	3018	128672430	1817743225	9108324
16.02.2022	44574	3137	139828638	1986841476	9840769
17.02.2022	44063	2959	130382417	1941547969	8755681
18.02.2022	40563	2934	119011842	1645356969	8608356
19.02.2022	40074	2766	110844684	1605925476	7650756
20.02.2022	40193	2643	106230099	1615477249	6985449
21.02.2022	38514	2708	104295912	1483328196	7333264
22.02.2022	37060	2641	97875460	1373443600	6974881
23.02.2022	38337	2746	105273402	1469725569	7540516
24.02.2022	37372	2370	88571640	1396666384	5616900
25.02.2022	38363	2625	100702875	1471719769	6890625
26.02.2022	39316	2814	110635224	1545747856	7918596
27.02.2022	39090	2767	108162030	1528028100	7656289
28.02.2022	37804	2615	98857460	1429142416	6838225
01.03.2022	43225	2923	126346675	1868400625	8543929
02.03.2022	44460	2972	132135120	1976691600	8832784
03.03.2022	43981	2899	127500919	1934328361	8404201
04.03.2022	42492	2838	120592296	1805570064	8054244
05.03.2022	39200	2611	102351200	1536640000	6817321
06.03.2022	39463	2632	103866616	1557328369	6927424
07.03.2022	38443	2527	97145461	1477864249	6385729
08.03.2022	38076	2543	96827268	1449781776	6466849
09.03.2022	38733	2713	105082629	1500245289	7360369
10.03.2022	41986	2663	111808718	1762824196	7091569
11.03.2022	39468	2548	100564464	1557723024	6492304
12.03.2022	38775	2583	100155825	1503500625	6671889
13.03.2022	38904	2590	100761360	1513521216	6708100
14.03.2022	38853	2581	100279593	1509555609	6661561
15.03.2022	39669	2530	100362570	1573629561	6400900

Продовження таблиці 6

16.03.2022	39332	2637	103718484	1547006224	6953769
17.03.2022	41166	2767	113906322	1694639556	7656289
18.03.2022	41002	2820	115625640	1681164004	7952400
19.03.2022	41837	2961	123879357	1750334569	8767521
20.03.2022	42202	2927	123525254	1781008804	8567329
21.03.2022	41283	2911	120174813	1704286089	8473921
22.03.2022	41062	3004	123350248	1686087844	9024016
23.03.2022	42402	2980	126357960	1797929604	8880400
24.03.2022	42802	3107	132985814	1832011204	9653449
25.03.2022	43936	3134	137695424	1930372096	9821956
26.03.2022	43332	3103	134459196	1877662224	9628609
27.03.2022	44511	3147	140076117	1981229121	9903609
28.03.2022	46715	3228	150796020	2182291225	10419984
29.03.2022	46995	3409	160205955	2208530025	11621281
30.03.2022	47459	3385	160648715	2252356681	11458225
31.03.2022	47063	3420	160955460	2214925969	11696400
01.04.2022	45528	3267	148739976	2072798784	10673289
02.04.2022	46270	3483	161158410	2140912900	12131289
03.04.2022	45842	3491	160034422	2101488964	12187081
04.04.2022	46435	3464	160850840	2156209225	11999296
05.04.2022	46662	3528	164623536	2177342244	12446784
Разом	2302482	160128	6746885612	96854184568	470902162

Джерело: розраховано автором за [5; 10]

Для оцінки тісноти зв'язку використаємо лінійний коефіцієнт кореляції, котрий обчислюється за формулою 4:

$$r = \frac{\overline{xy} - \bar{x} \times \bar{y}}{\sigma_x \sigma_y} \quad (4)$$

$$\sigma_x = \sqrt{\overline{x^2} - \bar{x}^2} = \sqrt{1760985173.96 - 41863,31^2} = 2906,63 \quad (5)$$

$$\sigma_y = \sqrt{\overline{y^2} - \bar{y}^2} = \sqrt{8561857,49 - 2911,42^2} = 292,41 \quad (6)$$

Підставивши значення в рівняння отримаємо:

$$r = \frac{122670647,49 - 41863,31 \times 2911,42}{2906,63 \times 292,41} = \frac{789048,25}{849919,41} = 0,93$$

Розраховане значення лінійного коефіцієнта кореляції $r = 0,93$ свідчить про наявність тісного прямого лінійного зв'язку між динамікою вартості криптовалют Ether та Bitcoin. Таким чином, ми можемо констатувати, що основні криптовалюти зберігають подібну динаміку цінової вартості, тому в умовах глобальних соціально-економічних та військово-політичних криз можна інвестувати у різні криптовалюти.

Зростання вартості криптовалют в умовах глобальних соціально-економічних та військово-політичних криз зумовлено такими факторами:

– неможливістю здійснити підробку криптовалюти через особливості технології блокчейн і, через це, надійністю криптовалют як засобу обігу, міри вартості і засобу заощадження [11];

– обмеженою емісією розглянутих вище криптовалют. Частка криптовалюти Bitcoin у загальній капіталізації криптовалютного ринку на станом на 6 червня 2022 р. складала 597,58 млрд дол., або 44,89 % [5], а

частка криптовалюти Ether складала 225,04 млрд дол., або 16,92 % [10], що у сумі складає 823,62 млрд дол., або 61,81 % загальної капіталізації ринку криптовалют.

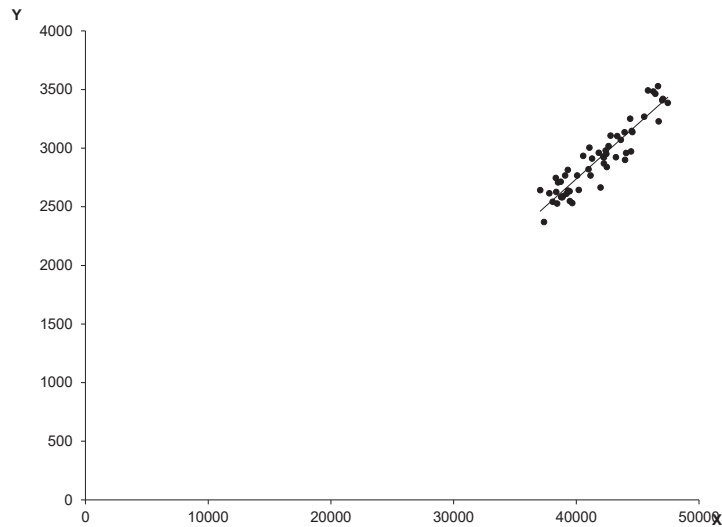


Рис. 1. Графік залежності вартості криптовалюти Ether від вартості криптовалюти Bitcoin із 10.02.2022 р. по 05.04.2022 р.

Джерело: побудовано автором на основі даних табл. 6.

І це при тому, що загальна емісія криптовалюти Bitcoin складе всього 21 млн одиниць, а емісія криптовалюти Ether складає приблизно півтора процента на рік від його загальної маси (в обігу знаходиться 121,1 млн Ether [12] і при річній емісії у приблизно 2 млн Ether його кількість зростатиме на 1,8 % щороку). Отже, основні криптовалюти монети мають великий ревальваційний потенціал. На противагу основним криптовалютам, фіатні гроші, які емітуються центробанками країн, підлаштовуються під потреби країн-емітентів, можуть бути емітовані у необхідних урядах обсягах, реагують на події у країні та мають через це суттєвий девальваційний потенціал;

– для здійснення транзакцій у криптовалютах необхідно тільки мати доступ до Інтернету. Одночасно, для здійснення транзакцій у фіатних грошових одиницях є необхідним наявність значної кількості складових: спеціальний транспорт для транспортування фіатної готівки, функціонування центральних та комерційних банків, наявність охоронних організацій для здійснення безпечного зберігання, використання та транспортування фіатної готівки, інші складові.

Висновки. Провівши наукове дослідження, ми можемо стверджувати, що:

1. Економічне дослідження свідчить, що екстремальні соціально-економічні події провокують падіння на фондовому ринку, не провокують значних змін на ринку золота і стимулюють зростання вартості основних криптовалют.

2. Динаміка цін на Bitcoin та Ether корелюються між собою на високому рівні (у період із 10.02.2022 р. по 05.04.2022 р. коефіцієнт кореляції вартості криптовалют Bitcoin та Ether складає $r = 0,93$) та підходять як короткострокові безпечні інвестиційні притулки під час екстремальних подій типу пандемії чи конвенційної війни більше, ніж золото, для економічних суб'єктів, які бажають зберегти свої заощадження та примножити інвестиції.

3. Вплив екстремальних подій (пандемії та конвенційної війни) на цінову динаміку основних криптовалют тільки почав досліджуватись економічною наукою, тому вимагатиме відображення у подальших економічних наукових працях.

Література:

1. Chen, M., Qin, C., Zhang, X. (2022, June). Cryptocurrency Price Discrepancies under Uncertainty: Evidence from COVID-19 and Lockdown Nexus. *Journal of International Money and Finance*. Volume 124. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261560622000365> (дата звернення: 02.06.2022).

2. Населення ЄС сягнуло 513 мільйонів: найбільший приріст на Мальті, скорочення – у Латвії. *Європейська правда*. 10 липня 2019. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/news/2019/07/10/7098305/> (дата звернення: 02.06.2022).

Naselennya YES syahnulo 513 mil'yoniv: naybil'shyu pryrist na Mal'ti, skorochennya – u Latviyi [The EU's population has reached 513 million: the largest increase in Malta, the decrease – in Latvia]. (2019, July, 10). *Yevropeys'ka pravda*. Retrieved from <https://www.eurointegration.com.ua/news/2019/07/10/7098305/> [in Ukrainian].

3. Mariana, C. D., Ekaputra, I. A., and Husodoa, Z. A. (2021, January) Are Bitcoin and Ethereum safe-havens for stocks during the COVID-19 pandemic?. *National Library of Medicine. Financ Res Lett*. Retrieved from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7566681/#> (дата звернення: 03.06.2022).

4. Baur, D. G., Lucey, B. M. (2010, April, 16). Is gold a hedge or a safe haven? An analysis of stocks, bonds and gold. *Financ. Rev.* 45(2). 217–229. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1540-6288.2010.00244.x> (дата звернення: 06.06.2022).

5. Bitcoin Price Chart (BTC). *CoinGecko*. Retrieved from <https://www.coingecko.com/en/coins/bitcoin> (дата звернення: 10.06.2022).

6. Mudgill, A. (2022, February, 24). Russian stocks nosedive 50% as trading resumes on Moscow Exchange. *The Economic Times. Markets*. Retrieved from <https://economictimes.indiatimes.com/markets/stocks/news/russian-stocks-nosedive-20-as-trading-resumes-on-moscow-exchange/articleshow/89794446.cms> (дата звернення: 04.06.2022).

7. Вінокуров Я. Російський фондовий ринок обвалився через початок війни. Торги припинили. *Економічна правда*. 24 лютого 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/02/24/682676/> (дата звернення: 05.06.2022).

Vinokurov, YA. (2022, February, 24). Rosiys'kyu fondovyy rynek obvalyvsya cherez rochatok viyny. Torhy pryrunyly [The Russian stock market collapsed due to the beginning of the war. Bidding has stopped]. *Ekonomichna pravda*. Retrieved from <https://www.epravda.com.ua/news/2022/02/24/682676/> [in Ukrainian].

8. Gold Price Charts. *GOLDPRICE*. Retrieved from <https://goldprice.org/> (дата звернення: 06.06.2022).

9. Значення індексу Доу-Джонса (Dow Jones Industrial Average). *Мінфін*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/markets/stock/dji/> (дата звернення: 06.06.2022).

Znachennya indeksu Dou-Dzhonsa (Dow Jones Industrial Average). [The value of the Dow Jones Industrial Average (Dow Jones Industrial Average)]. *Minfin*. Retrieved from <https://index.minfin.com.ua/ua/markets/stock/dji/> [in Ukrainian].

10. Ethereum Price Chart (ETH). *CoinGecko*. Retrieved from <https://www.coingecko.com/en/coins/ethereum> (дата звернення: 06.06.2022).

11. Гонак І. М. Теоретичне обґрунтування визначення криптовалюти як грошей. *Інноваційна економіка*. 2021. № 5–6. С. 123–130.

Honak, I. M. (2021) Teoretychne obgruntuvannya vyznachennya kryptovalyuty yak hroshey [Theoretical substantiation of the definition of cryptocurrency as money]. *Innovatsiyna ekonomika*. 5-6 (88). 123-130.

12. Статистика криптовалют: курсы, графики, корреляции. Эфириум. *BitInfoCharts*. URL: <https://bitinfocharts.com/ru/> (дата звернення: 06.06.2022).

Statistika kryptovalyut: kursy, grafiki, korrelyatsii. Efiriium [Cryptocurrency statistics: rates, charts, correlations. Ethereum]. *BitInfoCharts*. Retrieved from <https://bitinfocharts.com/ru/> [in Russian].



Отримано: 24 травня 2022 р.

Прорецензовано: 11 червня 2022 р.

Прийнято до друку: 13 червня 2022 р.

e-mail: dmitrodema@gmail.com

INNA75@ukr.net

oy100iko@ukr.net

dana.liv@ukr.net

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-25(53)-78-86

Дема Д. І., Шубенко І. А., Стойко О. Я., Гуменюк Б. О. Теоретико-практичні засади формування фінансової грамотності населення у сфері пенсійного страхування. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»* : науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, червень 2022. № 25(53). С. 78–86.

УДК: 336.018:369.542

JEL-класифікація: G 22

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0003-1162-4970>

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0002-3461-9237>

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0002-6120-8089>

Дема Дмитро Іванович,

кандидат економічних наук, професор, професор кафедри фінансів і кредиту Поліського національного університету

Шубенко Інна Андріївна,

*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту
Поліського національного університету*

Стойко Олег Якович,

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту Поліського національного університету

Гуменюк Богдана Олександрівна,

студентка Поліського національного університету

ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ГРАМОТНОСТІ НАСЕЛЕННЯ У СФЕРІ ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ*

У статті досліджено загальну потребу у формуванні високого рівня фінансової грамотності населення, адже розвиток фінансових технологій, діджиталізація сучасного світу, широке розповсюдження нових фінансових послуг потребує її зростання. Метою нашого дослідження є висвітлення значення фінансової грамотності для забезпечення успішної реформи пенсійного страхування у післявоєнний період.

За результатами анкетного опитування, встановлено, що серед опитаних респондентів трохи більше половини цікавляться питаннями пенсійної реформи, але рівень знань є ще не достатнім для того, щоб розуміти основні засади пенсійної реформи, а тому у цій сфері потрібно поглиблювати фінансову грамотність, яка найближчим часом буде надзвичайно затребуваною.

Що зумовлює необхідність формування фінансової грамотності на трьох рівнях: на першому рівні – у загальноосвітніх закладах, поглиблюватися на другому рівні у закладах професійно-технічної освіти, коледжах та університетах та продовжуватися у дорослому житті як самоосвіта на третьому рівні.

Ключові слова: фінансова грамотність, компетенція «фінансова грамотність і підприємливість», пенсійне страхування, пенсійна реформа, пенсія.

Dmytro Dema,

PhD in Economics, professor, professor at the Department of Finance and Credit, Polissia National University

Inna Shubenko,

PhD in Economics, associate Professor of the Department of Finance and audit, associate Professor of the Department of Finance and Credit, Polissia National University

Oleg Stoiko,

PhD in Economics, associate Professor of the Department of Finance, associate Professor of the Department of Finance and Credit, Polissia National University

Bogdana Humenyuk,

student, Polissia National University

THEORETICAL AND PRACTICAL FUNDAMENTALS OF FORMING THE POPULATION FINANCIAL LITERACY IN THE FIELD OF PENSION INSURANCE**

* Виконується у межах госпрозрахункової теми «Трансформація та модернізація страхового бізнесу в умовах ризикогенності навколишнього середовища», державний номер реєстрації 0121U110202.

** Performed in terms of the self-supporting theme «Transformation and modernization of the insurance business in conditions of environmental risk», the state registration number 0121U110202.

In modern conditions, there is an urgent need to form a high level of the population's financial literacy. The development of financial technologies, the digitalization of the modern world, and the widespread use of new financial services require an increase in the level of financial education among the population. The aim of our study is to highlight the importance of financial literacy for ensuring a successful pension insurance reform. The dialectical method of cognition, the method of analysis and synthesis as well as online questionnaires used for conducting research made it possible to determine main problems in the knowledge system regarding the reform of pension insurance.

Developed countries, especially those ones experiencing demographic problems, have started the massive development of the multilevel pension insurance system. Consequently, the issue of enhanced financial literacy has arisen not only in the area of personal finance management at the consumption level, but also in the area of pension savings and their investment. Ukraine has initiated a profound reform in the pension provisions field with the transition to insurance principles. Our citizens should form a clear position on the necessity to participate in the supplementary pension insurance system.

According to the results of the survey, slightly more than half of the respondents show their interest in pension reform. But their level of knowledge is not sufficient to understand the basic principles of pension reform and take actions aimed at the accumulation of pension funds.

This fact necessitates the formation of financial literacy at three levels. The first level is represented by secondary schools. The technical-vocational education institutions, colleges as well as universities of the second level are supposed to deepen the financial literacy which further should be continued as self-education at the third level of adulthood.

Improving financial literacy in the field of pension insurance should result in a high level of cooperation with various financial institutions, including insurance companies, private pension funds, and banking institutions in the field of raising funds for future pension provisions through the skillful and systematic personal finance management.

Keywords: *financial literacy, competence «financial literacy and entrepreneurship», pension insurance, pension reform, pension.*

Постановка проблеми. У сьогодшніх умовах виникає необхідність у формуванні високого рівня фінансової грамотності населення. До війни в Україні була анонсована пенсійна реформа, суть якої зводилася до запровадження трьохрівневої системи пенсійного страхування. Нині функціонує лише перший та третій рівень пенсійного страхування, другий – не запроваджений в дію. Передбачалося другий ввести у 2023 р., але війна з РФ відстрочує пенсійну реформу. В той же час, після завершення війни виникне нагальна потреба у спеціальних знаннях для формування другого та посилення третього рівнів пенсійного страхування, коли фізичні особи будуть мати потребу у виборі страхових компаній, недержавних пенсійних фондів для формування обов'язкових особистих заощаджень та переведення їх на рейки інвестування. Нині вже виникає необхідність у формуванні ґрунту для впровадження майбутнього накопичувального рівня пенсійного страхування, що потребує підвищення рівня фінансової грамотності українських споживачів фінансових послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над теоретико-практичними засадами фінансової грамотності працює ряд вітчизняних і зарубіжних науковців, серед них ми вивчали праці таких вчених: Гарсія Мати, О. Ю. Дудчика, Е. Дундюк, Жанни Лазар, Т. О. Кізими, А. Я. Кузнецова, І. О. Матвійчук, Н. Примаченко, Б. Слока, Т. С. Смовженка, С. І. Юрія. Українські науковці досліджують навички фінансової грамотності у школярів, студентів у складі пілотних проектів із закордонними фахівцями. Недостатньо вивченими залишаються питання формування фінансових знань у сфері пенсійного забезпечення, реформування системи пенсійного страхування.

Мета і завдання досліджень: висвітлити значення фінансової грамотності для забезпечення успішної реформи пенсійного страхування у післявоєнний період. Визначено такі завдання дослідження: розкрити значення фінансової грамотності у сфері проведення пенсійної реформи; вивчити рівень знань у сфері проведення пенсійної реформи в Україні серед респондентів різних вікових категорій; проаналізувати освітні програми загальноосвітніх закладів м. Житомира та визначити, наскільки в них реалізована компетенція «підприємливість та фінансова грамотність». Об'єктом дослідження є процес формування фінансової грамотності населення у сфері пенсійного страхування. Предметом дослідження є сукупність економічних відносин, яка виникає при формуванні системи знань, вмінь та навичок у сфері пенсійного страхування населенням.

При виконанні дослідження використано діалектичний метод пізнання для окреслення явища «фінансова грамотність» та визначення місця цього поняття у системі проведення пенсійної реформи. Поєднання методів аналізу та синтезу сприяло розкриттю поняття «фінансова грамотність», онлайн-анкетування та подальший аналіз надав змогу визначити основні проблеми у системі знань стосовно проведення реформи у системі пенсійного страхування та окреслити напрями формування фінансової грамотності як однієї із складових успішної реформи пенсійного страхування. Для проведення онлайн-анкетування серед респондентів різних вікових груп були залучені здобувачі другого курсу спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування» Поліського національного університету.



Виклад основного матеріалу. Перші наукові дослідження у сфері фінансової грамотності розпочалися в Україні 10–15 років тому. Тобто досить тривалий час питання управління особистими фінансами, фінансами сім'ї, заощадження не були об'єктом дослідження українських вчених-економістів. Поступове формування та розвиток фінансових відносин призвело до того, що науковці звернули увагу на таку важливу складову фінансової системи, як фінанси домогосподарств. І, звичайно, постало питання управління особистими фінансами у мінливих ринкових умовах.

З кінця 90-х років поширилася ідея стосовно того, що уряди мають сприяти політиці розширення фінансової грамотності серед населення, адже зростання рівня фінансової грамотності сприяє зменшенню різноманітних ризиків населення, тому це питання стало актуальним не лише в Україні, але і у багатьох країнах світу. У 2015 р. ОЕСР нарахувала 59 країн, які розпочали реалізовувати проекти фінансової грамотності [1].

На теоретичну складову питання фінансової грамотності звернули увагу зарубіжні науковці на початку XXI ст., вказуючи, що окремі громадяни мають досить низький її рівень [2; 3]. Кількість наукових публікацій за кордоном почала активно зростати після кризових явищ в економіці, про що наголошують зарубіжні науковці [4]. І порушували ці питання досить часто у зв'язку із проведенням пенсійних реформ та необхідністю широкого зацікавлення громадян у власних пенсійних заощадженнях. Таку тенденцію можна спостерігати і в нинішніх публікаціях зарубіжних науковців за останні роки [4; 5; 6].

Розглянемо, за якого підходу сформувався дефініція «фінансова грамотність» у наукових публікаціях вітчизняних вчених впродовж останніх років. Однією із перших, хто розпочав вивчати фінанси домогосподарств, а також досліджувати питання фінансової грамотності, Т. О. стала Кізіма [7]. Цей автор у співавторстві з С. І. Юрієм визначили фінансову грамотність населення як «сукупність світоглядних позицій, знань і навиків громадян щодо ефективного управління особистими фінансами та здатність компетентно застосовувати їх у процесі прийняття фінансових рішень» [8, с. 19]. Під «світоглядними позиціями» автори розглядають «...сформовані населенням традиції і культура фінансової поведінки та рівень усвідомлення ним необхідності підвищення фінансової грамотності» [8, с. 19]. Тобто науковці фінансову грамотність розглядають із позиції світогляду, наголошуючи, що тут мають важливе значення традиції та фінансова культура.

Інший автор підкреслює те, що фінансова грамотність сприяє забезпеченню соціальної стабільності та є «...сукупністю знань, вмінь та навичок, які потрібні населенню для прийняття відповідальних економічних і фінансових рішень з належним рівнем компетентності і забезпечує соціальну стабільність у суспільстві» [9, с. 35].

Сьогоднішня думка науковців на поняття фінансової грамотності суттєво не змінилися, а лише розширюються окремі положення. Так, О. Ю. Дудчик та І. О. Матвійчук акцентують увагу на тому, що високий рівень фінансової грамотності має служити основою для формування взаємовідносин з різноманітними фінансовими установами [10, с. 634]. Ми також схилиємося до такої ж точки зору, адже результатом підвищення рівня фінансової грамотності має стати вищий рівень управління особистими фінансами, підвищення довіри до фінансових установ учасників системи пенсійного страхування та збільшення операцій у цій сфері. Ці питання мають вивчатися не лише майбутніми фахівцями-фінансистами, але і школярами у старших класах та здобувачами інших спеціальностей.

Підвищений інтерес до фінансової грамотності на початку XXI ст. в Україні призвів до того, що окремі навчальні заклади середньої та професійно-технічної освіти запроваджували в освітній процес вибірково дисципліну «Фінансова грамотність» [11]. Крім того, на законодавчому рівні було визначено мету загальної середньої освіти та однією із компетентностей досягнення цієї мети стало формування «підприємливості та фінансової грамотності» [12].

За кордоном також можна спостерігати підвищений інтерес до формування знань у сфері фінансової грамотності. Це питання піднімалося у зв'язку із проведенням пенсійних реформи, формування багаторівневих систем пенсійного страхування та інвестування пенсійних заощаджень. Зарубіжні наукові дослідження спрямовувалися до вивчення поведінки населення у сфері накопичувального пенсійного страхування. Адже уряди розвинутих країн намагаються створити умови для зацікавленості кожного громадянина у власних пенсійних заощадженнях, що зменшує тиск на солідарний рівень пенсійного забезпечення, про це свідчить наукові статті [12; 13].

Вітчизняні науковці питання формування фінансової грамотності у сфері пенсійного страхування майже не вивчають, бо не проведена власне глибока пенсійна реформа та аналізуються ризики, які виникають при проведенні пенсійної реформи [14].

Відповідно, до глибинних основ пенсійної реформи в Україні наші громадяни мають сформувати чітку позицію стосовно необхідності участі у системі пенсійного страхування. Враховуючи той факт, що на



першому рівні буде формуватися система пенсійного страхування, яка забезпечить мінімальний рівень пенсії, а другий буде залежати виключно від накопичених коштів майбутніх пенсіонерів. Виникає нагальна потреба в усвідомленні цієї тези реформи пенсійного забезпечення. Крім того, якщо особа хоче мати достатній рівень життя на пенсії, потрібно створювати заощадження з перших робочих днів і відкладати на майбутню пенсію на третьому рівні пенсійного страхування, яке здійснюється через страхові компанії, недержавні пенсійні фонди та частково за рахунок банківських установ.

На жаль, тривалий час сформувалася думка у громадян, що у будь-якому разі пенсію останні будуть отримувати до досягнення пенсійного віку не залежно від того, чи має страховий стаж особа чи ні. І, відповідно, це породжує споживацьке відношення до діяльності Пенсійного фонду України, адже нині значна кількість громадян одержують заробітну плату у «конвертах». Роботодавці з метою мінімізації сплати єдиного соціального внеску підтримують такий стан речей, це можна прослідкувати і за статистичними даними органів статистики та Пенсійного фонду України. Так, органи статистики наводять, що у грудні 2021 р. середня зарплатня українців становила 14 179 грн, в той час як Пенсійний фонд оперує цифрою 13 320 грн. Різниця виникає через те, що ПФУ обліковує виключно «білу» заробітну плату [15].

Проблема виплати заробітної плати у «конвертах» залишається, яку українські уряди впродовж тривалого часу не можуть вирішити. «У 2015 р. було прийняте рішення про зниження ставки єдиного соціального внеску, що є основою доходів ПФУ. Передбачалося, що це сприятиме збільшенню доходів до ПФУ і скорочення заборгованості до Фонду, але очікування не справдилися, значна частина заробітної плати найманих працівників бізнесових структур так і залишилася у тіні, а власні доходи ПФУ у частині єдиного соціального внеску скоротилися у 2016 р. на 58 188 млн грн» [16, с. 81].

Вважаємо за необхідне наголосити, що саме формування громадської думки, що «кожен відповідає за власну майбутню пенсію самостійно» має стати одним із головних послань, яке має бути доведене до свідомості громадян через підвищення фінансової грамотності наших співвітчизників. Держава через ПФУ, контролюючі органи створює механізм функціонування пенсійної системи та формує мінімальну складову пенсії, а розмір майбутньої пенсії залежить виключно від конкретної особи.

Ми вивчали фінансову грамотність зі сторони формування системи пенсійного страхування. Було проведено онлайн-анкетування респондентів. Останні були поділені на три вікові групи: 18–35 років, 36–45 років і особи старше 46 років. Метою нашого дослідження було виявити рівень знань про проведення пенсійної реформи та формування власних заощаджень на майбутню пенсію серед різних вікових груп населення.

Проаналізуємо результати анкетного дослідження стосовно фінансової грамотності у сфері проведення пенсійної реформи в Україні. Одним із перших питань анкети було визначити, чи одержують опитані громадяни офіційні доходи, адже саме офіційні доходи визначають майбутній рівень пенсії.

За результатами табл. 1 можна констатувати, що старші респонденти схиляються до одержання офіційних доходів, які оподатковуються.

Найвища кількість респондентів, які одержують неофіційні доходи, це 18,9 %, є характерною для респондентів віком 18–35 років, у респондентів віком 46 і старше років кількість таких осіб складає всього 3,8 %. Однозначно високою є частка доходів респондентів, які одержують як офіційні доходи, так і неофіційні, їх частка у різних вікових групах наближується до 20 %, або є трохи вищою.

Питання анкети: «Чи знаєте Ви, що в Україні проходить пенсійна реформа та її основні положення?» – найбільше цікавить респондентів віком 18–35 років та осіб старше 46 років: їх відповіді розділилися: 64,1 % і 57,7 % відповідно.

Найвища частка осіб, які не знають, що в Україні проходить пенсійна реформа, – це респонденти віком 36–45 років. Але загалом в усіх групах дослідження частка осіб, які не знають про проведення пенсійної реформи, складає понад 35 %. Ще вищою частка є осіб, які не знають про те, що в Україні планується сформувати трьохрівневу пенсійну систему, серед респондентів 18–35 років частка таких осіб є найвищою і складає 74,4 %. Серед осіб 36–45 років більшість респондентів знають про формування трьохрівневої пенсійної системи, їх частка складає 58,8 %, трохи нижчою є частка респондентів віком 46 і старше – 57,7 %.

Таким чином можна зробити висновок, що серед опитаних респондентів трохи більше половини цікавляться питаннями пенсійної реформи, але рівень знань є ще не достатнім для того, щоб розуміти основні засади пенсійної реформи, а тому у цій сфері потрібно поглиблювати фінансову грамотність, яка найближчим часом буде надзвичайно актуальною.



Таблиця 1

Відповіді респондентів на питання проведення пенсійної реформи в Україні

Питання анкети: «Ваші доходи є: офіційними, неофіційними, частково офіційними і частково неофіційними?»			
Вік респондентів	Розподіл відповідей респондентів: (%)		
	Офіційними	Неофіційними	Частково офіційними і частково неофіційними
Респонденти віком 18–35 років	59,5	18,9	21,6
Респонденти віком 36–45 років	59	17,5	23,5
Респонденти віком 46 і старше років	77	3,8	19,2
Питання анкети: «Хто має подбати про Вашу майбутню пенсію?»			
Вік респондентів	Розподіл відповідей респондентів: (%)		
	Держава	Самостійно	Держава і я разом
Респонденти віком 18–35 років	28,2	15,4	56,4
Респонденти віком 36–45 років	–	35,3	64,7
Респонденти віком 46 і старше років	52	12	36
Питання анкети: «Чи знаєте Ви, що в Україні проходить пенсійна реформа та її основні положення?»			
Вік респондентів	Розподіл відповідей респондентів: (%)		
	Так	Ні, не знаю	
Респонденти віком 18–35 років	64,1	35,9	
Респонденти віком 36–45 років	41,2	58,8	
Респонденти віком 46 і старше років	57,7	42,3	
Питання анкети: «Чи знаєте Ви, що передбачається створити трьохрівневу систему пенсійного забезпечення в Україні?»			
Вік респондентів	Розподіл відповідей респондентів: (%)		
	Так	Ні, не знаю	
Респонденти віком 18–35 років	25,6	74,4	
Респонденти віком 36–45 років	58,8	41,2	
Респонденти віком 46 і старше років	57,7	42,3	

Джерело: власні дослідження.

Нині в Україні закладається потужний фундамент цифрової держави, яка має стати зручним сервісом і спростити життя громадян. Вже сьогодні Україна є першою у світі, яка має цифровий паспорт. Крім того, зростає рівень фінансових технологій, а це ще раз підтверджує необхідність розвитку навичок фінансової грамотності, починаючи із шкільного віку. За даними НБУ, населення 63 % населення регулярно користується Інтернетом, Україна посідає четверте місце у світі за рівнем розвитку безконтактних платежів, 45 % дорослого населення мають смартфони [17]. Ці положення зумовлюють необхідність впроваджувати у навчальний процес загальноосвітніх закладів уроки фінансової грамотності з елементами діджител-технологій, адже рівень фінансової безпеки у віртуальному світі в Україні є ще на низькому рівні.

Пройде ще кілька років – і звертатися у Пенсійний фонд України, страхові компанії або недержавні пенсійні фонди для нарахування пенсій буде непотрібно, адже є значні перспективи переведення цієї сфери у площину цифрових технологій. Основою до цього стало прийняття закону, який запровадив облік трудової діяльності працівників у електронній формі [18]. Поступово кожен, хто буде претендувати на пенсію, буде позбавлений необхідності звертатися у різні інстанції для підтвердження трудового стажу. Згодом пенсії, соціальні виплати і допомоги будуть призначатися автоматично, за мінімального документообігу зі сторони одержувачів пенсій та допомог.

В Україні спостерігається низький захист персональних даних, які є доступними для користування різноманітними інстанціями. Про це свідчить зростання кількості кіберзлочинів, що підтверджується даними департаменту кіберполіції НПУ, так у листопаді 2021 р. останні викрили 51 особу, які були причетними до несанкціонованих дій з персональною інформацією 300 млн чоловік з України, Європи та США. Була припинена робота одного із найбільших сайтів, де розповсюджувалася персональна інформація громадян із кількох країн світу [19]. Формування знань із фінансової безпеки є ще однією із важливих складових фінансової грамотності наших українських громадян, якої слід вчити зі школи.

Питання фінансової грамотності є наразі досить актуальним, існують різні міжнародні проекти, які вивчають фінансову грамотність у різних країнах, одним із таких проектів є Проект USAID «Трансформація фінансового сектору: фінансова грамотність, фінансова інклюзія та фінансовий добробут в Україні у 2021 році». У цьому проекті фінансова грамотність розглядається через певну систему показників, одним із таких показників є індекс фінансової грамотності, компонентами наведеного показника є фінансові знання, фінансова поведінка і ставлення до фінансових питань.



Як свідчать дослідження зарубіжних фахівців за цим проектом, індекс фінансової грамотності в Україні складає 12,3 бали (або 58 % його максимального значення) за методологією ОЕСР [20, с. 3]. Якщо порівняти з попередніми дослідженнями, то значення поданого показника зросло на 6,0 % у бальному виразі, усі компоненти індексу зросли. «Загальний індекс фінансової грамотності в Україні не показав відмінності за статтю, проте відмінності зафіксовані за такими характеристиками, як вік, регіон, місце проживання, рівень доходу та освіти, а також користування технологіями та наявністю заощаджень [20, с. 4]. Наприклад, за вказаним дослідженням, у віковій групі респондентів 18–24 роки індекс фінансової грамотності є нижчим середнього значення в Україні і сягає 11,4 балів, вразливою є група респондентів старше 60 років, де поданий показник становить 11,6 балів [20, с. 4]. За рівнем доходу також наявна відмінність: для осіб, які мають вищий рівень доходу, характерний і вищий рівень фінансової грамотності. Для осіб, які мають рівень доходу 7000–15000 грн, значення індексу фінансової грамотності складає 12,9 балів, а для осіб, рівень доходу яких сягає 15001–20000 грн, – 13,2 бали [20, с. 4].

На фінансову грамотність має прямий вплив і рівень освіти: чим вищий рівень освіти, тим вищим є бал з фінансової грамотності. Крім того, у наведеному дослідженні наголошується, що порівняно з попередніми роками дослідження індекс фінансової грамотності зріс за всіма рівнями освіти, крім неповної середньої освіти. Також у звіті дослідження підкреслено, що відбулося зростання розриву у фінансовій грамотності між сільським і міським населенням: «Якщо у 2018 р. Індекс фінансової грамотності знаходився приблизно на одному рівні, то наразі у респондентів з міста – 12,6 бали, а з села – 11,8 бали (статистично значуща відмінність)» [22, с. 5].

Власні дослідження і дослідження зарубіжних науковців вказують на те, що фундамент фінансової грамотності має закладатися саме на рівні середньої освіти, і не лише у контексті окремих задач, а як повноцінна дисципліна, яка має обов'язково вивчатися у старших випускних класах, а не факультативно, як це існує в окремих школах. Закон України «Про освіту» статтею 12 визначив, що «...метою повної загальної середньої освіти є всебічний розвиток, виховання і соціалізація особистості, яка здатна до життя в суспільстві та цивілізованій взаємодії з природою, має прагнення до самовдосконалення і навчання впродовж життя, готова до свідомого життєвого вибору та самореалізації, відповідальності, трудової діяльності та громадянської активності» [12], та однією із компетенцій, необхідних кожній дорослій людині для успішної життєдіяльності, визначив «підприємливість та фінансову грамотність». Вважаємо, що визначення цієї компетенції є надзвичайно прогресивним положенням Закону. Через те, що ця компетенція формує приватну фінансову стабільність громадянина і є надзвичайно важливою у сучасному світі.

Проаналізуємо освітні програми загальноосвітніх закладів м. Житомира і визначимо, наскільки подана компетенція реалізована у сучасних освітніх закладах середньої освіти. Були проаналізовані освітні програми, розміщені на офіційних сайтах загальноосвітніх закладів м. Житомира за 2019–2020, 2020–2021, 2021–2022 навчальні роки як приватних, так і державних навчальних закладів. У середній класах батьки традиційно обирають для своїх дітей дисципліни, які посилюють такі компетенції, як «вільне володіння державною мовою», «здатність спілкуватися рідною (іноземною) мовами, «інформаційна та комунікаційна компетентності», що в освітньому процесі загальноосвітніх закладів реалізується через варіативну складову освітньої програми у факультативних курсах «Основи журналістики», «Краєзнавство», «Психологія», «Етика та психологія сімейного життя», «Етика», «Християнська етика», «Психологія спілкування», «Географія рідного краю» та ін.

Випускні класи традиційно зосереджені на додаткових дисциплінах з метою підготовки до зовнішнього незалежного оцінювання, тому батьки у варіативній складовій освітньої програми обирають додаткові факультативи, як-от: «Практикум з синтаксису української мови», «Орфографічний практикум», «Ділова українська мова», «Практикум з підготовки до ЗНО з математики» – або додаткові уроки з «Польської мови», «Англійської мови», «Математики», «Історії».

За проведеним аналізом освітніх програм шкіл м. Житомира лише 3 % державних закладів включили дисципліну «Фінансова грамотність» у освітній процес у вигляді факультативів, фактично це одна школа, жодна приватна школа не включила наведену дисципліну у освітній процес [21]. Впровадження поданої дисципліни у освітній процес є номінальним, а не реальним, тому що не було здійснено вибору цієї дисципліни. Тому вважаємо, що компетенція «підприємливість та фінансова грамотність» не реалізована повноцінно у освітньому процесі шкіл м. Житомира, а лише частково у межах окремих дисциплін.

Аналіз публікацій педагогів, які мали досвід у викладанні наведеної дисципліни, показав, що всі вони наголошують на необхідності розвитку цієї компетенції, адже це досить важлива складова життєдіяльності будь-якої особи, причому вона має формуватися вже змалечку [22; 23].

Висновки. Рівень фінансової грамотності має формуватися впродовж всього життя будь-якої особи, адже фінансова грамотність настільки багатогранне явище і стосується не лише окремих аспектів ведення



та управління особистими фінансами, але і здійснення операцій на фінансовому ринку, що потребує певного рівня знань та компетенцій, особливо з огляду на формування нової системи пенсійного страхування в Україні, а також через підвищення рівня діджиталізації.

Фінансова грамотність має формуватися на трьох рівнях: на першому рівні – у загальноосвітніх закладах, поглиблюватися на другому рівні у закладах професійно-технічної освіти, коледжах та університетах та продовжуватися у дорослому житті як самоосвіта на третьому рівні.

За проведеними дослідженнями визначено, що у системі пенсійного страхування рівень фінансової грамотності є недостатнім для проведення ґрунтовних змін у цій системі, і не розуміння суті і значення пенсійної реформи може провокувати глибокий внутрішній супротив тим новим тенденціям, які буде запроваджувати уряд, тому фінансову грамотність потрібно впроваджувати зі шкільної лави та вдосконалювати її впродовж життя.

Із здійснення глибоких реформ у сфері пенсійного страхування, а саме: запровадження другого рівня накопичувального страхування та розширенням третього добровільного накопичувального рівня пенсійного забезпечення – виникне нагальна потреба підвищувати фінансову грамотність не лише серед школярів та здобувачів, але і громадян, які є зайнятими і ввійдуть у систему накопичувального пенсійного страхування. Вони будуть зобов'язані вивчати діяльність страхових компаній, недержавних пенсійних фондів, банківських установ, слідкувати за тенденціями їх розвитку, платоспроможністю і здатністю виконувати взяті зобов'язання по управлінню заощадженнями, вивчати різноманітні послуги пенсійного страхування та обирати пропозиції серед наведених фінансових установ.

Література:

1. By Jeanne Lazarus (2020) *Financial Literacy Education. A Questionable Answer to the Financialization of Every day Life*. Routledge. 10 <<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315142876-35/financial-literacy-education-jeanne-lazarus>> [in English].

By Jeanne Lazarus (2020) *Financial Literacy Education. A Questionable Answer to the Financialization of Every day Life*. Routledge. 10 <<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315142876-35/financial-literacy-education-jeanne-lazarus>> [in English].

2. Bucher-Koenen, Tabea and Bucher-Koenen, Tabea (2011), *Financial Literacy, Riester Pensions, and Other Private Old Age Provision in Germany* MEA Discussion Paper No. 250-11, Available at SSRN: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2014170> [in Germany].

Bucher-Koenen, Tabea and Bucher-Koenen, Tabea (2011), *Financial Literacy, Riester Pensions, and Other Private Old Age Provision in Germany* MEA Discussion Paper No. 250-11, Available at SSRN: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2014170> [in Germany].

3. Gustman Alan L, Thomas L. Steinmeier, and Nahid Tabatabai (2012). Financial Knowledge and Financial Literacy at the Household Level. *American Economic Review*, 102 (3), 309-13. <<https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.102.3.309>> [in USA].

Gustman, Alan L, Thomas L. Steinmeier, and Nahid Tabatabai.(2012). Financial Knowledge and Financial Literacy at the Household Level. *American Economic Review*, 102 (3), 309-13. <<https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.102.3.309>> [in USA].

4. Rocío Gallego-Losada, Antonio Montero-Navarro, José-Luis Rodríguez-Sánchez, Thais González-Torres, (2021) Retirement planning and financial literacy, at the crossroads. A bibliometric analysis, *Finance Research Letters*. <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1544612321001902>> [in Spain].

Rocío Gallego-Losada, Antonio Montero-Navarro, José-Luis Rodríguez-Sánchez, Thais González-Torres, (2021) Retirement planning and financial literacy, at the crossroads. A bibliometric analysis, *Finance Research Letters*. <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1544612321001902>> [in Spain].

5. Jesús María García, José Vila, (2020) Financial literacy is not enough: The role of nudging toward adequate long-term saving behavior, *Journal of Business Research*, Volume 112, Pages 472-477. <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296320300746>> [in Spain].

Jesús María García, José Vila, (2020) Financial literacy is not enough: The role of nudging toward adequate long-term saving behavior, *Journal of Business Research*, Volume 112, Pages 472-477. <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296320300746>>

6. Dundure, E. and Sloka, B. (2021), *Financial Literacy Influencing Factors Analysis: Estonia, Latvia, and Lithuania Case*, Grima, S., Özen, E. and Boz, H. (Ed.) *Contemporary Issues in Social Science (Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis, Vol. 106)*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 251-262. <<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/S1569-375920210000106016/full/html>>

Dundure, E. and Sloka, B. (2021), *Financial Literacy Influencing Factors Analysis: Estonia, Latvia, and Lithuania Case*, Grima, S., Özen, E. and Boz, H. (Ed.) *Contemporary Issues in Social Science (Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis, Vol. 106)*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 251-262. <<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/S1569-375920210000106016/full/html>>

7. Кізіма Т. О. Фінанси домогосподарств: концептуальні засади теорії і практики. Тернопіль, ТНЕУ. 2011. 466 с.



- Kizyma, T.O. (2011) *Finansy domohospodarstv: kontseptualni zasady teorii i praktyky* [Households finance: conceptual foundations of the theory and practice] Ternopil: TNEU, 466 s. [in Ukrainian].
8. Юрій С. І., Кізіма Т. О. Фінансова грамотність населення в діалектиці сучасних освітніх тенденцій. *Фінанси України*. 2012. № 2. С. 16–25.
- Iurii, S. I. Kizyma, T. O. (2012) *Finansova hramotnist naseleння v dialektitsi suchasnykh osvitchikh tendentsii* [Financial literacy of the population in the dialectic of modern educational trends], *Finansy Ukrainy* [Finance of Ukraine], 2, 16-25. [in Ukrainian].
9. Смовженко Т. С., Кузнецова А. Я. Фінансова грамотність населення та її вплив на розвиток економіки України. *Регіональна економіка*. 2013. № 2. С. 34–42.
- Smovzhenko, T. S., Kuznietsova, A. Ya. (2013) *Finansova hramotnist naseleння ta yii vplyv na rozvytok ekonomiky Ukrainy* [Financial literacy of the population and its impact on the development of Ukraine's economy] *Rehionalna ekonomika* [Regional economy], 2, 34-42, [in Ukrainian].
10. Дудчик О. Ю., Матвійчук І. О. Фінансова грамотність населення: теретичні аспекти, проблеми і перспективи поліпшення в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 31. С. 631–636.
- Dudchuk, O. Yu., Matviichuk, I. O. (2019) *Finansova hramotnist naseleння: teretychni aspekty, problemy i perspektivy polipshennia v Ukraini* [Financial literacy of the population: theoretical aspects, problems and prospects for improvement in Ukraine]. *Infrastruktura rynku* [Market infrastructure], 31, 631-636 [in Ukrainian].
11. Філончук З. В. Проблеми впровадження фінансової грамотності в сучасній школі. *Таврійський вісник освіти*. 2015. № 2. С. 112–117.
- Filonchuk, Z. V. (2015) *Problemy vprovadzhennia finansovoi hramotnosti v suchasni shkoli* [Problems of introduction of financial literacy in modern school]. *Tavriiskyi visnyk osvity* [Taurian Bulletin of Education], 2, 112-117. [in Ukrainian].
12. Закон про освіту ст. 380, 2017 (Верховна Рада України). Відомості Верховної Ради України. 2017. С. 38–39.
- Zakon pro osvitu st. 380, 2017 (Verkhovna Rada Ukrainy). [Law on education, 2017 (Verkhovna Rada of Ukraine)] *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, [Official Bulletin of Ukraine], 2017, 38-39. [in Ukrainian].
13. Osvaldo García Mata, O. (2021), The effect of financial literacy and gender on retirement planning among young adults, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 39 No. 7, pp. 1068-1090. <<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJBM-10-2020-0518/full/html>>.
- Osvaldo García Mata, O. (2021), The effect of financial literacy and gender on retirement planning among young adults, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 39 No. 7, pp. 1068-1090. <<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJBM-10-2020-0518/full/html>> [in English].
14. Забуранна Л. В., Шубенко І. А., Годнюк І. В. Реальні та гіпотетичні ризики майбутнього накопичувального рівня пенсійного страхування в Україні. *Наукові горизонти*. 2020. № 8. С. 13–20.
- Zaburanna, L. V., Shubenko, I. A., Hodniuk, I. V. (2020) *Realni ta hipotetychni ryzyky maibutnoho nakopychualnoho rivnia pensiihnoho strakhuvannia v Ukraini* [Real and gitopetical risks of the future accumulative level of pension insurance in Ukraine]. *Naukovi horyzonty* [Scientific horizons], 8, 13-20. [in Ukrainian].
15. Зануда А. Скільки насправді заробляють українці: статистика vs реальне життя. URL: <https://cutt.ly/CIIFmBK> (дата звернення: 05.12.2021).
- Zanuda A. *Skilky naspravdi zarobliaiut ukraintsi: statistika vs realne zhyttia* [How much do Ukrainians actually earn: statistics vs real life]. <<https://cutt.ly/CIIFmBK>> (data zvernennia 5.12.2021r.) [in Ukrainian].
16. Шубенко І. А., Годнюк І. В. Ризики солідарного рівня пенсійної системи України. *Наукові горизонти*. 2019. № 4. С. 77–85.
- Shubenko, I. A., Hodniuk, I. V. (2019) *Ryzyky solidarnoho rivnia pensiihnoi systemy Ukrainy* [Risks of the solidarity level of Ukraine's pension system]. *Naukovi horyzonty* [Scientific horizons]. 4. 77-85. [in Ukrainian].
17. Стратегія розвитку фінтеху в Україні до 2025 року: сталий розвиток інновацій, кешлес та фінграмотність. Офіційний сайт НБУ. URL: <https://cutt.ly/qYGAhfY>
- Stratehiia rozvytku fintekhu v Ukraini do 2025 roku: stalyy rozvytok innovatsii, keshles ta finhramotnist [Strategy for the development of fintech in Ukraine until 2025: sustainable development of innovation, cash and financial literacy]. *Ofitsiynyi sait NBU* [Official site of the National Bank of Ukraine] <https://cutt.ly/qYGAhfY> [in Ukrainian].
18. Закон про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обліку трудової діяльності працівника в електронній формі ст.171, 2021 (Верховна Рада України). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1217-20#Text>
- Zakon pro vnesennia zmin do deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo obliku trudovoi diialnosti pratsivnyka v elektronni formi st.171, 2021 [Law on the accounting of labor activity of the employee in electronic form, 2021]. (Verkhovna Rada Ukrainy) <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1217-20#Text>> [in Ukrainian].
19. Кібер поліція вилучили з незаконного обігу бази персональних даних понад 300 млн осіб. URL: <https://cutt.ly/11IFO2G>
- Kiber politsiia vyluchyly z nezakonnoho obihu bazy personalnykh danykh ponad 300 mln osib [Cyberpolice has removed more than 300 million people from personal databases]< <https://cutt.ly/11IFO2G>> [in Ukrainian].
20. Проект USAID «Трансформація фінансового сектору: Фінансова грамотність, фінансова інклюзія та фінансовий добробут в Україні у 2021 році» Звіт за результатами дослідження, вересень 2021 р. URL: <https://cutt.ly/p1IFGvn>
- Proekt USAID «Transformatsiia finansovoho sektoru: Finansova hramotnist, finansova inkluziia ta finansovyi dobrobut v Ukraini u 2021 rotsi» Zvit za rezultatamy doslidzhennia, veresen 2021 r. [Project USAID «Transformation



of the financial sector: Financial literacy, financial inclusion and financial well-being in Ukraine in 2021» report on the results of the study, September 2021] <https://cutt.ly/pIFGvn> [in Ukrainian].

21. Освітня програма Житомирської ЗОШ I-III ступеня №33 на 2021–2022 навч. рік. URL: <http://33.zosh.zt.ua/osvitnya-programa/> (дата звернення: 15.12.2021).

Osvitnia prohrama Zhytomyrskoi ZOSh I-III stupenia №33 na 2021-2022 navch. rik. [educational program of Zhytomyr Secondary School]. <<http://33.zosh.zt.ua/osvitnya-programa/>> (data zvernennia 15 hrudnia 2021) [in Ukrainian].

22. Андрієвська В. М., Білоусова Л. І., Сапенко А. А. STEAM-проект із розвитку фінансової грамотності учнів. *Народна освіта*. 2018. № 2. С. 25–31.

Andriievskaya, V. M., Bilousova, L. I., Sapenko, A. A. (2018) STEAM-proekt iz rozvytku finansovoi hramotnosti uchniv [Student financial literacy STEAM project.]. *Narodna osvita* [Public education], 2, 25-3. [in Ukrainian].

23. Шпак О., Булаченко С., Примаченко Н. Фінансова грамотність – запорука життєвої успішності учнів. *Молодь і ринок*. 2017. № 11. С. 26–31.

Shpak, O., Bulavenko, S., Prymachenko, N. (2017) Finansova hramotnist – zaporuka zhyttjevoi uspishnosti uchniv. *Molod i rynok*. 2017. 11, 26–31.

Отримано: 01 травня 2022 р.

Прорецензовано: 02 червня 2022 р.

Прийнято до друку: 06 червня 2022 р.

e-mail: yriu.dziurakh@ukr.net

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-25(53)-87-94

Дзюрах Ю. М. Сутність та класифікація інвестицій як фінансово-економічної категорії. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: науковий журнал. Острог: Вид-во НаУОА, червень 2022. № 25(53). С. 87–94.

УДК: 330.142.211:330.322

JEL-класифікація: G 24

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0001-7131-7468>**Дзюрах Юрій Михайлович,**

доктор філософії з публічного управління та адміністрування, доцент кафедри адміністративного та фінансового менеджменту Національного університету «Львівська політехніка»

СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙ ЯК ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ

Інвестиції є складною та комплексною категорією, що вимагає правильного трактування та чіткого класифікування з врахуванням особливостей та вимог часу. Важливість застосування наукового підходу до виокремлення класифікаційних ознак досліджуваного поняття дозволяє підвищити обґрунтованість вибору та забезпечення високої ефективності напрямів інвестування, що прямо впливає на розвиток не тільки економіки країни, а й інших сфер життєдіяльності громадян. У статті автором вивчено точки зору провідних економістів та особливості законодавчого трактування досліджуваного поняття. Розглянувши основні підходи до визначення інвестицій, зроблено висновок, що це поняття є доволі багатограним, специфічним для різних країн на основі рівня розвитку, соціокультурних особливостей й проявляється як фінансово-економічна категорія. Виявлено, що суперечності зумовлені трактуванням поняття «інвестиції» з різних позицій, відповідно до кожної окремої сфери їх дослідження. Тому цю категорію запропоновано розглядати в різних аспектах (фінансовому, економічному, макроекономічному, технічному, виробничому тощо), що дасть можливість зробити акцент на важливості тих чи інших аспектів у певних сферах при формуванні поняття «інвестиції», не зужуючи його сутності. На основі розглянутих визначень сутнісних характеристик інвестицій запропоновано авторське бачення трактування поняття «інвестиції». Багатоаспектність трактування поняття «інвестиції» породжує різноманітні підходи до класифікації видів цієї фінансово-економічної категорії, що й спонукало автора систематизувати наукові підходи та сформувану узагальнену класифікацію видів інвестицій за основними класифікаційними ознаками. Запропоновано новий вид інвестицій – ленд-лізингові інвестиції, які є актуальними для посилення обороноздатності країни та відновлення військової сили, допомоги та захисту населення, можуть застосовуватися в результаті настання форс-мажорних обставин, зокрема війни. Використання систематизованої класифікації дозволить більш детально підійти до вивчення сутності інвестиційних процесів, які відбуваються на усіх рівнях економічної активності суб'єктів господарювання. Практичний аспект узагальненої та запропонованої класифікації видів інвестицій полягає у тому, що її можна використовувати при статистичному дослідженні та аналізі інвестиційного ринку.

Ключові слова: інвестиції, капіталовкладення, класифікаційна ознака, фінансово-економічна категорія, інвестування.

Yurii Dziurakh,

PhD (Public Administration), Associate Professor of the Department of Administrative and Financial Management
Lviv Polytechnic National University

ESSENCE AND CLASSIFICATION OF INVESTMENTS AS A FINANCIAL AND ECONOMIC CATEGORY

Investments are a complex category that requires proper interpretation and clear classification, taking into account the characteristics and requirements of the time. The importance of applying a scientific approach to the identification of classification features of the studied concept allows to increase the validity of the choice and ensure high efficiency of investment, which directly affects the development of not only the economy but also other spheres of life. In the article the author studies the views of leading economists and features of the legislative interpretation of the studied concept. Considering the main approaches to the definition of investment, we conclude that this concept is quite multifaceted, specific to different countries based on the level of development, socio-cultural characteristics and manifests itself as a financial and economic category. It was found that the contradictions are due to the interpretation of the concept of «investment» from different positions, according to each area of their study. Therefore, it is proposed to consider this category in different aspects (financial, economic, macroeconomic, technical, industrial, etc.), which will emphasize the importance of certain aspects in certain areas in the formation of the concept of «investment», without narrowing its essence. Based on the considered definitions of the essential characteristics of investment, the author's vision of the interpretation of the «investment» concept is proposed. The multifaceted interpretation of the concept of "investment" gives rise to various approaches to the classification

of of this financial and economic category types, which prompted the author to systematize scientific approaches and form a generalized classification of investment types by basic classification criteria. A new type of investment has been proposed – land leasing investments, which are relevant for strengthening the country's defense capabilities and restoring military strength, assistance and protection of the population, can be used as a result of force majeure, including war. The use of a systematic classification will allow a more detailed approach to the study of the nature of investment processes that occur at all levels of economic entities' economic activity. The practical aspect of the generalized and proposed classification of investment types can be further used in statistical research and analysis of the investment market.

Key words: investments, capital investments, classification feature, financial and economic category, investing.

Постановка проблеми. Інвестиції є одним з ключових чинників забезпечення соціально-економічного розвитку як економіки загалом, так і окремих суб'єктів підприємницької діяльності зокрема. Інвестиції підвищують ефективність суспільного відтворення, забезпечують стійке функціонування підприємств, сприяють розвитку матеріального виробництва та невиробничої сфери, поживляють процеси по удосконаленню якості продукції та послуг, зміцнюють зв'язки між компаніями та галузями економіки у міжнародному масштабі тощо. Все це підтверджує актуальність та важливість подальшого вивчення інвестицій як фінансово-економічної категорії як з теоретичної, так і практичної точок зору. Інвестиції є складною та комплексною категорією, що вимагає правильного трактування та чіткого класифікування з врахуванням особливостей та вимог часу. Важливість застосування наукового підходу до виокремлення класифікаційних ознак досліджуваного поняття дозволяє підвищити обґрунтованість вибору та забезпечення високої ефективності напрямів інвестування, що прямо впливає на розвиток не тільки економіки країни, а й інших сфер життєдіяльності її громадян, зокрема освіти, науки, медицини, оборони тощо. Класифікація видів інвестицій потрібна для виокремлення окремих груп інвестиційних продуктів, послуг чи процесів з подальшим аналізуванням їх у якості окремих об'єктів управління та з врахуванням їх особливостей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інвестиції є популярним об'єктом дослідження багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців. Це підтверджується значною кількістю результатів, які видаються базою даних Національної бібліотеки України імені І. В. Вернадського при введенні пошукового запиту «інвестиції» – аж 8991. Методологічні основи щодо формування поняття «інвестиції» закладені у дослідженнях таких зарубіжних вчених: С. Джевонс, Дж. Кейнс, Т. Мальтус, К. Менгер, Дж. Мід, Дж. С. Міль, Д. Рикардо, Ж.-Б. Сей, Н. Сеніор, А. Сміт, Р. Солоу, С. Харріс, В. Шарп та ін. Проте складність та багатоаспектність трактування категорії «інвестиції» в економічній теорії не дозволяє науковцям та дослідникам повно і точно охарактеризувати це поняття.

Багато з науковців приділяють увагу висвітленню класифікацій видів інвестицій, зокрема з врахуванням напрямку їхнього спрямування – класифікації інвестицій в сільськогосподарські підприємства [1], переробних підприємств АПК [2], в соціальний розвиток села [3], в організації рекреаційної сфери [4], у нафтогазову сферу [5] тощо. Інша група науковців досліджує класифікації окремих видів інвестицій: С. Сломчинська [6] розробила практичні рекомендації щодо удосконалення класифікації інвестиційної нерухомості, Н. Домбровська та О. Бандер [7] розглянули класифікацію капітальних інвестицій, О. Шарапа [8] уточнив класифікацію фінансових інвестицій. Проте, варто зазначити, що розглянуті науковцями наукові підходи до класифікації інвестицій не є повними та не включають в себе усіх основних ознак нових інвестиційних продуктів чи послуг, що й потребує подальшого дослідження.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Понятійно-категорійний апарат з теорії інвестування зазнає постійних змін, що зумовлено не тільки стрімкими темпами розвитку інвестиційного ринку, а й впровадженням новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, які ведуть процес інвестування, зміною потреб та уподобань інвесторів, поглибленням процесів розподілу та перерозподілу інвестиційних ресурсів не тільки в межах країни, а й у рамках глобального масштабу тощо. Відсутність єдиного та узгодженого варіанту трактування сутності поняття «інвестиції» та наявність різноманітних підходів до класифікації видів інвестицій сприяє негативним наслідкам у практичних діях усіх суб'єктів інвестиційного ринку, що потребує подальшого дослідження та уточнення. Формування якісної класифікації з врахуванням сучасних підходів неможливе без з'ясування та уточнення економічної природи поняття «інвестиції», а критичний аналіз нормативно-правових документів, які регулюють інвестиційну діяльність та наукових джерел з досліджуваної тематики дозволить систематизувати наявні напрацювання та сформувати комплексну систему видів інвестицій як фінансово-економічної категорії.

Мета статті: проаналізувати категорії «інвестиції» та удосконалити класифікації видів інвестицій за різними ознаками та підходами.

Виклад основного матеріалу. У трансформаційних умовах розвитку країни інвестиції є найважливішим засобом забезпечення умов для розвитку ринкової економіки, структурних змін в економіці та покращення показників якості економічної діяльності країни [9]. Походження терміна «інвестиції» пов'язують

із німецьким «investition» чи латинськими «investure», «investio», що перекладається як «одягати, наділяти, обдаровувати, вкладати».

Дж. Кейнс стверджував: «Інвестиції – це, з однієї сторони, приріст вартості капітальних благ, а з іншої – вартість виробничого споживання заново створених матеріальних благ і послуг, а інвестування – це потоковий приріст цінності капітального майна в результаті виробничої діяльності певного періоду, тобто використання тієї частини прибутку, яка не була використана для споживання» [10].

Визначення сутності інвестицій в економіці є специфічним для різних країн на основі рівня розвитку, соціокультурних особливостей тощо. У західних країнах під інвестиціями часто розуміють купівлю цінних паперів (акцій, облігацій), тоді як в Україні їх прирівнюють до терміна «капітальні вкладення». Згідно Закону України «Про інвестиційну діяльність» [11] «інвестиціями» є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (дохід) та/або досягається соціальний та екологічний ефект.

Поняття «інвестування» походить від терміна «інвестиції» – ці терміни суттєво відрізняються у науковій літературі. Використовуючи визначення інвестицій вище, ми пропонуємо охарактеризувати інвестування з погляду процесного підходу: інвестування – це сукупність дій та заходів, спрямованих на вкладення капіталу в будь-якій формі та вигляді, власника або уповноваженої особи протягом визначеного періоду часу з метою досягнення поставлених соціально-економічних та/або публічних цілей [12].

О. Кириченко та О. Харченко [13], досліджуючи сутність інвестицій, дотримуються двох позицій щодо її трактування: фінансової та економічної. З фінансового погляду, інвестиції – це система економічних та інших відносин з приводу кругообігу капіталу, який авансований у вигляді грошових, майнових, інноваційних та інтелектуальних цінностей в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності з метою отримання вигод від забезпечення процесу розширеного відтворення. З економічного погляду, інвестиції – це видатки на створення, розширення, реконструкцію та технічне переозброєння основного капіталу, а також на пов'язані з цим зміни оборотного капіталу.

Науковець М. Чернуха [14] зазначає, що інвестиції як ключовий елемент інвестиційної діяльності є економічною категорією. Ю. Бондаренко [15] під інвестиціями розуміє усі види наявних ресурсів території, зокрема інтелектуальний ресурс, залучення або розміщування яких у будь-який вид господарської чи іншої діяльності має на меті примноження з одночасним досягненням економічного, соціального, екологічного ефекту, враховуючи при цьому фактори ризику та окупності і чинник довіри в тривалому періоді до економічної системи загалом, включаючи всі її інституції.

Отже, розглянувши основні підходи до визначення інвестицій, можна зробити висновок, що це поняття є доволі багатограним й проявляється як фінансово-економічна категорія. Науковці, які досліджують її, не мають єдиної відповіді на питання, що ж таке «інвестиції», що є цінностями та формами інвестицій, що є об'єктом вкладення і який результат від своєї діяльності має отримати інвестор. Такі суперечності зумовлені трактуванням поняття «інвестиції» з різних позицій, відповідно до кожної окремої сфери її дослідження. Тому цю категорію слід розглядати в різних аспектах (фінансовому, економічному, макроекономічному, технічному, виробничому тощо), що дасть можливість зробити акцент на важливості тих чи інших аспектів у певних сферах при формуванні поняття «інвестиції», не звужуючи його сутності.

На основі розглянутих визначень сутнісних характеристик інвестицій вважаємо за потрібне запропонувати авторське бачення. Отже, інвестиції – це використання усіх форм фінансових, майнових та немайнових (зокрема людських, інтелектуальних) ресурсів, що необхідні для здійснення господарської діяльності, реалізуються у підприємницьких проєктах і програмах та забезпечують розширене відтворення процесу суспільного виробництва.

М. Круппка [16] в монографії «Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України» наводить приклад того, що залежно від об'єкта вкладення інвестиції мають різний характер. Науковець зазначає, що «зокрема те, що є інвестиціями для окремої людини, не буде ними для економіки загалом». Проте, відповідно до макроекономічного підходу інвестиції складаються із трьох частин: виробничі інвестиції, або інвестиції в основний капітал, інвестиції в житлове будівництво та інвестиції в запаси, і неодмінно створюють новий капітал.

Багатоаспектність трактування поняття «інвестиції» породжує різноманітні підходи до класифікації видів цієї фінансово-економічної категорії. Систематизуємо та розглянемо найбільш поширені підходи до класифікації видів інвестицій (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація видів інвестицій

№ з/п	Класифікаційні ознаки	Види інвестицій
1.	За видами інвестицій	виробничі, фінансові, інтелектуальні, в людський капітал
2.	За періодом інвестування	короткострокові, середньострокові, довгострокові
3.	За характером участі інвестора в процесі інвестування	прямі, непрямі (портфельні)
4.	За формою власності	приватні, державні, іноземні, спільні
5.	За регіональною ознакою	внутрішні (інвестиції у середині країни), зовнішні (інвестиції за кордоном)
6.	За рівнем інвестиційного ризику	безризикові, низькоризикові, середньоризикові, високо-ризикові, спекулятивні
7.	Залежно від вибору інвестиційної стратегії	пасивні, активні
8.	За періодичністю вкладень	ординарні, неординарні
9.	За місцем походження інвестицій	національні, іноземні
10.	За відтворювальною спроможністю	валові, чисті та реновації
11.	Залежно від статусу інвестора	індивідуальні, інституціональні
12.	За цілями інвестування	вимушені, інвестиції з метою збереження позицій на ринку, інвестиції з метою оновлення основних виробничих засобів, інвестиції з метою економії витрат, інвестиції з метою збільшення доходів, «ризикові»
13.	За ступенем сумісності	незалежні, взаємозалежні, взаємовиключні
14.	За рівнем доходності	високодоходні, середньодоходні, низькодоходні, бездоходні
15.	За характером скерованості дії	початкові або нетто-інвестиції, екстенсивні, реінвестиції, бруто-інвестиції, дезінвестиції, ленд-лізингові інвестиції*

Джерело: систематизовано на основі [17–22]; * – запропоновано автором

1. За видами інвестування розрізняють виробничі інвестиції, фінансові інвестиції, інтелектуальні інвестиції, інвестиції в людський капітал.

Виробничі інвестиції – це вкладення у виробничі фонди (основні та оборотні), а саме в матеріальні активи: будинки, споруди, обладнання та інші товарно-матеріальні цінності, а також нематеріальні активи (патенти, ліцензії).

Фінансові інвестиції – це інвестиції, вкладені в цінні папери, а саме: акції, облігації, сертифікати, векселі, державні облігації тощо, валютні та інші фінансові активи, розміщення капіталу в банківських установах.

Інтелектуальні інвестиції – інвестиції, вкладені у наукові дослідження; підготовку, перепідготовку та навчання персоналу; освіту; медицину; охорону здоров'я; на придбання свідоцтв авторського права, патентів на винаходи, корисні моделі, ліцензії, ноу-хау тощо.

Інвестування в людський капітал – це вкладення коштів в освіту, навчання та соціальну сферу (є довгостроковими).

2. Наступною класифікаційною ознакою є *період інвестування*. За цією ознакою виділяють короткострокові (період інвестування яких до 1 року), середньострокові (період інвестування яких від 1 до 5 років) та довгострокові інвестиції (період інвестування – понад 5 років).

3. За характером участі інвесторів в інвестиційному процесі інвестиції поділяють на:

– прямі інвестиції – передбачають безпосередню участь інвестора у виборі об'єктів інвестування і вкладення капіталу. Здійснюються інвестуванням безпосередньо в статутний капітал інших компаній;

– непрямі (портфельні) інвестиції – передбачають вкладення капіталу інвестора, який опосередковується іншими суб'єктами ринку (фізичні та юридичні особи або їх об'єднання). Не всі інвестори мають достатню кваліфікацію для ефективного вибору та управління інвестиційними властивостями. У цьому випадку вони купують цінні папери, випущені інвестиційними та іншими фінансовими посередниками, дозволяючи їм на власний розсуд вибирати найефективніші активи, керувати ними та розподіляти отриманий дохід серед своїх клієнтів.

4. За формами власності розрізняють приватні, державні, іноземні та спільні інвестиції.

Для приватних інвестицій характерні інвестиції фізичних та юридичних осіб (недержавні форми власності).

Державні інвестиції – це капітальні вкладення державних компаній, а також кошти державного бюджету на різних рівнях та державні позабюджетні фонди.

Іноземні інвестиції – це інвестиції іноземних громадян, юридичних осіб та держав.

Спільні інвестиції – це вкладення, що здійснюються суб'єктами конкретної країни та іноземних держав.

5. За *регіональною ознакою* можна виділити інвестиції усередині країни (внутрішні) і за кордоном (зовнішні).

Внутрішні інвестиції – це інвестиції в об'єкти інвестування, які розташовані у територіальних кордонах країни.

Зовнішні (іноземні) інвестиції – це інвестиції в інвестиційні об'єкти поза межами країни (ці інвестиції передбачають також придбання різних фінансових інструментів з інших країн).

6. За *рівнем інвестиційного ризику* інвестиції поділяють на безризикові, низькоризикові, середньоризикові, високоризикові та спекулятивні.

Безризикові інвестиції – це інвестиції у такі об'єкти інвестування, які не мають реального ризику втрати капіталу (очікуваний дохід) і практично гарантують передбачуваний обсяг інвестиційного доходу.

Інвестиції з низьким рівнем ризику – це інвестиції, вкладені у низьколіквідні об'єкти, ризик яких значно нижчий від середньоринкового.

Інвестиції середнього рівня ризику – рівень ризику за об'єктами інвестування приблизно відповідає середньоринковому.

Високоризикові інвестиції – рівень ризику перевищує середньоринковий.

Спекулятивні інвестиції – вкладення коштів у найризикованіші інвестиційні проекти чи інструменти, які, як очікується, принесуть найбільший дохід від капіталу.

7. Залежно від *вибору інвестиційної стратегії* виділяють активні (самостійне управління капіталовкладенням) та пасивні (довірення свого капіталу в управління третій особі або компанії) інвестиції.

8. За *періодичністю вкладень* інвестиції поділяють на ординарні, якщо інвестиції вкладено одноразово чи протягом кількох послідовних базових періодів, а потім відбувається приплив коштів, та неординарні, коли інвестиційні вкладення чергуються із припливами коштів у будь-якій послідовності [23].

9. За *місцем походження інвестицій* інвестиції поділяються на національні (вкладення капіталу резидентами в об'єкти інвестування конкретної країни) та іноземні (вкладення капіталу нерезидентами в об'єкти інвестування конкретної країни).

10. За *відтворювальною спроможністю* виокремлюють валові інвестиції, чисті інвестиції та реновації. Валові інвестиції належать до загальної суми коштів, витрачених на відтворення: нове будівництво, оновлення та розширення, технічна модернізація та обслуговування існуючих систем. Реновації – вкладення капіталу у просте відтворення виробничих засобів. Чистими інвестиціями вважають вкладення у новостворювані об'єкти та оновлення виробничого апарату. Тобто до чистих інвестицій зараховують обсяг капіталу, що інвестується у розширене відтворення основних засобів і нематеріальних активів. Чисті інвестиції входять до складу валових і менші за них на величину амортизаційних відрахувань, що скеровуються на просте відтворення.

11. Залежно від *статусу інвестора* інвестиції поділяють на індивідуальні (вкладення капіталу фізичною особою) та інституціональні (вкладення капіталу юридичною особою).

12. Особливе місце займає класифікація інвестицій з *погляду їх спрямування*, тобто за *цілями інвестування та нормою прибутку*. Згідно з цією класифікацією можна виділити такі групи інвестицій:

- 1) вимушені інвестиції;
- 2) інвестиції з метою збереження позицій на ринку;
- 3) інвестиції з метою оновлення основних виробничих засобів;
- 4) інвестиції з метою економії витрат;
- 5) інвестиції з метою збільшення доходів;
- 6) «ризикові» інвестиції.

До першої групи належать інвестиції, направлені на підвищення надійності виробництва та безпеки, які мають на меті відповідати вимогам охорони навколишнього природного середовища та привести виробництво у відповідність із існуючими нормативними та законодавчими актами. Метою інвестиційних проектів другої групи є підтримка завойованих ринків та репутації компанії. До третьої групи належать інвестиції, необхідні для модернізації та розширення виробництва, підвищення технічного рівня тощо. Інвестиційні проекти четвертої групи спрямовані на зниження всіх видів витрат, зниження цін на товари та збільшення прибутку. П'ята група зосереджується на розширенні діяльності, збільшенні виробничих потужностей та збільшенні доходів. До шостої групи належать інвестиції, що спричиняють значний ризик. До цієї групи належать впровадження нових технологій та виготовлення принципово нових видів продукції.

13. За *ступенем сумісності* здійснення інвестиції поділяють на:

– незалежні інвестиції – інвестиції в об’єкти інвестування (інвестиційні проєкти, фінансові інструменти), які можуть бути реалізовані як самостійні (незалежні від інших інвестиційних об’єктів і не є взаємовиключними);

– взаємозалежні інвестиції – капітальні вкладення в об’єкти інвестування, порядок здійснення та подальшої експлуатації яких залежить від інших об’єктів інвестування і можуть здійснюватися лише в поєднанні з ними;

– взаємовиключні інвестиції – мають аналогічний характер за метою їх впровадження, характером технологій, номенклатурою продукції та іншими основними параметрами та потребують альтернативних рішень.

14. За рівнем дохідності виділяють:

– високодохідні інвестиції – вкладення коштів в такі інвестиційні проєкти або фінансові інструменти, за якими очікувана чиста прибутковість перевищує середню прибутковість на інвестиційному ринку;

– середньодохідні інвестиції – очікуваний рівень чистої інвестиційної прибутковості та фінансових інструментів цієї групи приблизно відповідає середній дохідності на інвестиційному ринку;

– низькодохідні (малодохідні) інвестиції – очікуваний рівень прибутковості інвестицій, як правило, значно нижчий за середню норму прибутковості;

– бездохідні інвестиції – група об’єктів інвестування, вибір і реалізацію яких інвестор не пов’язує з отриманням інвестиційного доходу.

15. Зважаючи на характер скерованості дії інвестиції поділяють на:

– початкові або нетто-інвестиції – початкові інвестиції, здійснені при започаткуванні проєкту або купівлі бізнесу;

– інвестиції на розширення або екстенсивні інвестиції – метою є розширення виробничих потужностей, підвищення активності на тому самому технічному рівні (інвестиції у впровадження додаткових сховищ, виробничих площ, основного технологічного обладнання тощо);

– реінвестиції – повторні інвестиції завдяки використанню прибутку, отриманого від первинного вкладення капіталу. Сюди входять інвестиції в заміну зношеного обладнання, впорядкування, зміна асортименту продукції, диверсифікація, навчання, дослідження та розробки, охорона навколишнього середовища, забезпечення виживання компанії в майбутньому тощо;

– бруто-інвестиції, що складаються з нетто-інвестицій та реінвестицій і таким чином являють собою сукупність інвестицій, що здійснюються при заснуванні (придбанні) підприємства та пов’язаних з ним коштів, що вивільняються;

– дезінвестиції – процес вилучення раніше вкладеного капіталу з інвестиційного обороту без подальшого використання його в інвестиційних цілях.

Враховуючи умови, в яких опинилася Україна через російське вторгнення військ, набуває актуальності новий вид інвестування у обороноздатність країни та відновлення і посилення військової сили. В умовах обмеженості фінансування та короткотерміновості прийняття рішень воєнні дії потребують негайного фінансування на умовах відтермінування оплати чи на безоплатній основі. Таким прикладом є підписаний 9 травня 2022 р. у США Закон про ленд-ліз, який передбачає дозвіл на постачання Україні боєприпасів, військової техніки, продовольства, стратегічної сировини та інших матеріальних засобів. Як правило, така допомога вважається безкоштовною. Такий вид інвестування уподібнений до умов лізингової операції. Відтак, систематизовану класифікацію видів інвестицій пропонуємо доповнити по аналогії з назвою та умовами вище згаданого закону ще одним видом інвестицій за характером скерованості дії учасників – ленд-лізингові інвестиції. Загалом, ленд-лізингове інвестування можна застосовувати як у випадку війни, так і в результаті настання форс-мажорних обставин, які спричинили серйозні ушкодження та завдали значних збитків країні з метою допомоги, захисту населення, зупинення поширення негативних наслідків на інші країни тощо. Можемо зазначити такі загальні умови запропонованого виду інвестування:

– поставлені матеріальні засоби, знищені, втрачені й використані під час війни чи іншої форс-мажорної обставини, не підлягають оплаті;

– поставлені матеріальні засоби, що залишилися після закінчення війни чи подолання наслідків форс-мажорних обставин і придатні для цивільних цілей, мають бути повернені власнику або оплачені (повністю чи частково) на основі наданих іншою стороною довгострокових кредитів (в основному безвідсоткових позик).

Висновки. Беручи до уваги той факт, що поняття «інвестиції» різними науковцями трактується неоднозначно, у статті автором вивчено точки зору провідних економістів та особливості законодавчого трактування досліджуваного поняття. Запропоновано авторське бачення трактування інвестицій як фінансово-економічної категорії та визначено її сутнісні характеристики. Дослідження дозволило система-

тизувати наукові підходи та сформувані узагальнену класифікацію видів інвестицій за класифікаційними ознаками. Автором запропоновано новий вид інвестицій – ленд-лізингові інвестиції, які є актуальними для посилення обороноздатності країни та відновлення військової сили, допомоги та захисту населення. Використання запропонованої класифікації дозволить більш детально підійти до вивчення сутності інвестиційних процесів, які відбуваються на усіх рівнях економічної активності суб'єктів господарювання. Отже, можна чітко підтвердити різноманітність та різноаспектність у трактуванні та класифікуванні інвестицій як фінансово-економічної категорії.

Практичний аспект узагальненої та запропонованої класифікації видів інвестицій полягає у тому, що її можна використовувати при статистичному дослідженні та аналізі інвестиційного ринку. Також класифікація видів інвестицій надасть можливість отримати в результаті вивчення суб'єктів інвестування повне уявлення про організаційно-правове поле їхньої діяльності, основні напрями та характер діяльності, роль у розвитку інвестиційного ринку, становище суб'єкта на міжнародному інвестиційному ринку тощо.

Охарактеризовані класифікаційні ознаки та види інвестицій не є постійними та змінюються в часі під впливом багатьох чинників, зокрема, залежно від появи нових видів продуктів чи послуг (зокрема інвестиційних), характеру законодавчих, фінансових чи інших змін, рівня розвитку міжнародних економічних відносин, етапу життєвого циклу продукту, підприємства чи галузі тощо. Все це потребує подальших досліджень та доповнення класифікаційних ознак з врахуванням новітніх тенденцій, які відбуваються на глобальному ринку в умовах посиленої діджиталізації, інтелектуалізації, розвитку Індустрії 4.0, переходу на старт-технології тощо.

Література:

1. Кузьменко Н. В. Особливості класифікації інвестицій в сільськогосподарські підприємства. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2016. Вип. 3–4. С. 143–153.
2. Kuzmenko N.V. (2016). Osoblyvosti klasyfikatsii investytsii v silskohospodarski pidpryiemstva [Features of classification of investments in agricultural enterprises]. *Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute. Economic sciences*, 3-4, 143-153.
3. Смирнова Н. В., Козуб Н. М. Проблеми класифікації інвестицій переробних підприємств АПК. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 31. С. 106–110.
4. Smyrnova N.V., Kozub N.M. (2018). Problemy klasyfikatsii investytsii pererobnykh pidpryiemstv APK [Problems of classification of investments of processing enterprises of agro-industrial complex]. *Black Sea Economic Studies*, 31, 106-110.
5. Сашченко І. Правові засади класифікації інвестицій в соціальний розвиток села. *Юридична Україна*. 2014. № 12. С. 60–64.
6. Sashchenko I. (2014). Pravovi zasady klasyfikatsii investytsii v sotsialnyi rozvytok sela [Legal principles of classification of investments in social development of the village]. *Legal Ukraine*, 12, 60-64.
7. Петрович Й. М., Бондаренко Ю. Г., Кулиняк І. Я., Просович О. П. *Формування механізму державного управління інвестиційними процесами в організаціях рекреаційної сфери* : монографія. Львів : Видавництво «Растр-7», 2021. 282 с.
8. Petrovych Y., Bondarenko Yu., Kulyniak I., Prosovykh O. (2021). Formuvannya mekhanizmu derzhavnoho upravlinnia investytsiinykh protsesamy v orhanizatsiakh rekreatsiinoi sfery: monohrafiia [Formation of the mechanism of state management of investment processes in the organizations of recreational sphere: monograph]. Lviv: Rastr-7 Publishing House, 2021.
9. Гораль Л. Т., Король С. В. Класифікаційна база дослідження інвестицій у нафтогазовій сфері. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2015. № 4. С. 254–259.
10. Horal L.T., Korol S.V. (2015). Klasyfikatsiina baza doslidzhennia investytsii u naftohazovii sferi [Classification base for oil and gas investment research]. *Problems and prospects of economics and management*, 4, 254-259.
11. Сломчинська С. О. Класифікація інвестиційної нерухомості для потреб оцінки, обліку та управління. *Ефективна економіка*. 2018. № 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2018/159.pdf.
12. Slomchynska S.O. (2018). Klasyfikatsiia investytsiinoi nerukhomosti dlia potreb otsinky, obliku ta upravlinnia [Classification of investment property for valuation, accounting and management]. *Efficient economy*, 9. Available at http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2018/159.pdf.
13. Домбровська Н. Р., Бандер О. І. Порівняльний аналіз класифікацій капітальних інвестицій. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2019. Т. 24. Вип. 1. С. 119–125.
14. Dombrovska N.R., Bander O.I. (2019). Porivnialnyi analiz klasyfikatsii kapitalnykh investytsii [Comparative analysis of classifications of capital investments]. *Bulletin of Odessa National University. Series: Economics*, 24(1), 119-125.
15. Шарапа О. М. Класифікація та оцінка фінансових інвестицій у бухгалтерському обліку за міжнародними та національними стандартами. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2017. № 4. С. 26–30.
16. Sharapa O.M. (2017). Klasyfikatsiia ta otsinka finansovykh investytsii u bukhgalterskomu obliku za mizhnarodnymy ta natsionalnymy standartamy [Classification and evaluation of financial investments in accounting according to international and national standards]. *Formation of market relations in Ukraine*, 4, 26-30.

9. Дзюрах Ю. М. Результативність державного регулювання інвестицій у сільському господарстві. *Держава та регіони. Серія: Державне управління*. 2019. № 1 (65). С. 42–46.
- Dziurakh Yu. (2019). Rezultatyvnist derzhavnoho rehuliuвання investytsii u silskomu hospodarstvi [Effectiveness of state regulation of investments in agriculture]. *State and regions. Series: Public Administration*, 1(65), 42-46.
10. Кейнс Дж. М. *Общая теория занятости, процента и денег*. Москва : Эксмо. Т. 2. 2007.
- Keins Dzh.M. (2007). *Obshchaia teoriya zaniatosty, protsenta y deneh* [General theory of employment, interest and money], in 2 vols. Moscow: Exmo, vol. 2.
11. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18 березня 1991 р. № 1560-XII. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>.
- Pro investytsiinu diialnist: Zakon Ukrainy [On investment activity: Law of Ukraine] March 18, 1991. No 1560-XII. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>.
12. Дзюрах Ю. М. Особливості державного регулювання інвестицій у сільському господарстві України. *Актуальні проблеми державного управління*. 2019. № 1 (77). С. 39–43.
- Dziurakh Yu. (2019). Osoblyvosti derzhavnoho rehuliuвання investytsii u silskomu hospodarstvi Ukrainy [Features of state regulation of investments in agriculture of Ukraine]. *Current issues of public administration*, 1(77), 39-43.
13. Кириченко О. А., Харченко О. І. Антикризова інвестиційна політика України. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 1 (103). С. 64–74.
- Kyrychenko O.A., Kharchenko O.I. (2010). Antykryzova investytsiina polityka Ukrainy [Anti-crisis investment policy of Ukraine]. *Actual problems of economics*, 1(103), 64-74.
14. Чернуха М. Адміністративно-правове регулювання інвестиційної діяльності в Україні. *Вісник Вищого адміністративного суду України*. 2011. № 1. С. 76–83.
- Chernukha M. (2011). Administratyvno-pravove rehuliuвання investytsiinoi diialnosti v Ukraini [Administrative and legal regulation of investment activities in Ukraine]. *Bulletin of the Supreme Administrative Court of Ukraine*, 1, 76-83.
15. Бондаренко Ю. Г. Підвищення ефективності державного управління в інвестиційній діяльності. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 10. С. 89–94.
- Bondarenko Yu. (2015). Pidvyshchennia efektyvnosti derzhavnoho upravlinnia v investytsiinoi diialnosti [Improving the efficiency of public administration in investment activities]. *Actual problems of economics*, 10, 89-94.
16. Крупка М. І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України. Львів : Видавничий центр Львівського національного університету імені Івана Франка, 2001.
- Krupka M.I. (2001). Finansovo-kredytnyi mekhanizm innovatsiinoho rozvytku ekonomiky Ukrainy [Financial and credit mechanism of innovative development of Ukraine's economy]. Lviv: Ivan Franko National University of Lviv Publishing Center, 2001.
17. Бондар О. А., Якимчук І. М., Горчаківська Г. В. Інвестиції, як складові моделювання економічних систем: сутність та класифікація. *Містобудування та територіальне планування*. 2011. № 40 (1). С. 129–140.
- Bondar O.A., Yakymchuk I.M., Horchakivska H.V. (2011). Investytsii, yak skladovi modeliuvannia ekonomichnykh system: sutnist ta klasyfikatsiia [Investments as components of economic systems modeling: essence and classification]. *Urban planning and spatial planning*, 40(1), 129-140.
18. Караван Н. А. Класифікація інвестицій та обґрунтування вибору критеріїв їх ефективності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 1. С. 13–17.
- Karavan N.A. (2019). Klasyfikatsiia investytsii ta obgruntuvannia vyboru kryteriiv yikh efektyvnosti [Classification of investments and justification of the choice of criteria for their effectiveness]. *Investments: practice and experience*, 1, 13-17.
19. Кулиняк І. Я. Роль інвестування у забезпеченні розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні. *Матеріали Міжнародної наукової конференції «Наукові тренди постіндустріального суспільства»* (м. Рівне, 28 лютого 2020 р.). Рівне : МЦНД, 2020. Т. 1. С. 36–38.
- Kulyniak I. (2020). Rol investuvannia u zabezpechenni rozvytku silskoho (zelenoho) turyzmu v Ukraini [The role of investment in ensuring the development of rural (green) tourism in Ukraine]. Proceedings of the International Scientific Conference “Scientific Trends of Post-Industrial Society” (Rivne, February 28, 2020). Vol. 1, pp. 36-38.
20. Нікітенко Д. В. Еволюція поняття інвестиції як об’єкта інвестиційної безпеки держави. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки*. 2018. № 2. С. 150–159.
- Nikytenko D.V. (2018). Evoliutsiia poniattia investytsii yak obiekta investytsiinoi bezpeky derzhavy [The evolution of the concept of investment as an object of investment security of the state]. *Bulletin of the National University of Water Management and Environmental Sciences. Economic sciences*, 2, 150-159.
21. Обушний С. М., Мельник О. О. Сучасні тенденції залучення іноземних інвестицій в економіку України. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2018. № 4 (52). С. 52–59.
- Obushnyi S.M., Melnyk O.O. (2018). Suchasni tendentsii zaluchennia inozemnykh investytsii v ekonomiku Ukrainy [Current trends in attracting foreign investment into the economy of Ukraine]. *Scientific notes of KROK University*, 4(52), 52-59.
22. Свиноус Н. І. Теоретичні основи трактування понять «інвестиція» та «інвестиційна діяльність». *Економіка та управління АПК*. 2019. № 1. С. 89–99.
- Svynous N.I. (2019). Teoretychni osnovy traktuvannia poniat «investytsiia» ta «investytsiina diialnist» [Theoretical bases of interpretation of the concepts “investment” and “investment activity”]. *Economics and management of agro-industrial complex*, 1, 89-99.
23. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 472 с.
- Maiorova T.V. (2009). Investytsiina diialnist [Investment activity]. Kyiv: Center for Educational Literature, 2009.

Отримано: 03 травня 2022 р.

Прорецензовано: 03 червня 2022 р.

Прийнято до друку: 07 червня 2022 р.

e-mail: oksanaskvur81@gmail.com

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-25(53)-95-101

Ліснічук О. А. Особливості та наслідки фінансової глобалізації в Україні. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»* : науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, червень 2022. № 25(53). С. 95–101.

УДК: 336.6

JEL-класифікація: F 01

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0002-2563-0717>**Ліснічук Оксана Андріївна,**

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та економіки

Міжнародного європейського університету, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ТА НАСЛІДКИ ФІНАНСОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

У статті досліджено проблеми, пов'язані з особливостями поточної ситуації у фінансово-економічній сфері України, що є наслідком фінансової глобалізації. Актуальність цієї проблеми для України полягає в тому, що відкритість вітчизняних фінансових ринків створює суттєві загрози для розвитку вітчизняної економіки.

Для досягнення цієї мети в роботі використовувалися теоретичні методи, як-от: аналіз проблемної ситуації, класифікація ризиків, узагальнення отриманих результатів, а також методи імперичного дослідження: висування гіпотез та їх підтвердження з використанням методів математичної статистики (*r*-критерій Пірсона).

Результатом проведеного дослідження слід вважати підтвердження гіпотези про те, що між обсягом прямих іноземних інвестицій і динамікою ВВП є тісний взаємозв'язок і обсяги інвестицій впливають на динаміку ВВП, при цьому наведений взаємозв'язок виражений в дуже високому ступені, враховуючи високе числове значення *r*-критерію Пірсона, можна говорити про «супервідкритість» фінансової системи України. При цьому констатується, що ця залежність несе в собі суттєві загрози, що потребує змін в регуляторній фінансовій політиці держави.

Ключові слова: фінанси, глобалізація, відкритість, економіка, залежність, ризики, регулювання.

Oksana Lisnichuk,

PhD in Economics, Associate Professor,

Associate Professor of Management and Economics

International European University, Ukraine

FEATURES AND CONSEQUENCES OF FINANCIAL GLOBALIZATION IN UKRAINE

The article examines the problems associated with the current situation in the financial and economic sphere of Ukraine, which is a consequence of financial globalization. The urgency of this problem for Ukraine is that the openness of domestic financial markets poses significant threats to the development of the domestic economy.

To achieve this goal, theoretical methods were used, such as problem analysis, risk classification, generalization of results, as well as methods of empirical research, namely the development of hypotheses and their confirmation using mathematical statistics (Pearson's criterion).

The study should confirm the hypothesis that the volume of foreign direct investment and GDP dynamics is closely related and the volume of investment affects the dynamics of GDP, and this relationship is expressed in a very high degree, given the high numerical value of *r*-Pearson's criterion, we can talk about the "super openness" of Ukraine's financial system. It is stated that this dependence poses significant threats, which requires changes in the regulatory financial policy of the state.

Keywords: finance, globalization, openness, economy, dependence, risks, regulation.

Однією з найважливіших особливостей розвитку сучасного світу є глобалізація. Процеси глобалізації впливають на найрізноманітніші аспекти нашого життя – економіку, політику, культуру, ідеологію, безпеку, навколишнє середовище. Економічний вимір глобалізації включає в себе набагато збільшені за останні десятиліття міждержавні потоки товарів і послуг, капіталу та інформації, а також інтернаціоналізацію виробничих процесів та мобільність людей в міжнародному масштабі. У цілому, глобалізацію світової економіки можна охарактеризувати як посилення взаємозалежності національних економік, взаємовплив і взаємопереплетення різних сфер і процесів у світовому господарстві. У ході глобалізації формуються економіки відкритого типу, причому саме поняття «відкрита економіка» має на увазі ступінь інтеграції національної економіки в систему світових господарських зв'язків та її підпорядкування законам світового ринку в умовах відсутності обмежень при здійсненні операцій на міжнародному ринку товарів, послуг, капіталів та інших факторів виробництва [8].

Постановка проблеми. Феномен відкритості фінансових ринків, які є здатними до самоорганізації системами взаємодіючих агентів в умовах впливу екзогенних факторів і конкуренції, вільного обміну фінансовими потоками, обумовлює асиметричність і нестійкість національних фінансових систем, які також підпадають під дію законів «відкритості».

У зв'язку з цим важливим завданням для України в умовах зростаючих глобальних викликів є виявлення ризиків для економічної безпеки країни і їх попередження або усунення за допомогою заходів оперативного впливу з боку органів валютно-фінансового регулювання. Як свідчить світова практика, безоглядне залучення економіки в глобальні фінансові потоки на основі лібералізації валютного законодавства без належного прорахунку наслідків призводить не тільки до формування стійкої залежності економіки від міжнародного ринку капіталу, але і до диспропорцій всередині національного господарства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. До праць, які зробили значний внесок в концептуальні засади розглянутих проблем, слід віднести дослідження Л. Л. Гриценко, І. М. Боярко, Т. А. Васильєвої [5], Т. Д. Косової, Н. О. Слободянюк [7], І. О. Школьник, Т. А. Васильєвої, С. В. Леонова [9] та ін.

У цих дослідженнях розглянуті теоретичні основи та методичні підходи до розвитку фінансової системи України, систематизовано вітчизняний і зарубіжний досвід управління нею, але в значно меншій мірі розкриті ті проблеми, які виникають у зв'язку з включенням країни в глобальні фінансові потоки, що потребує додаткового вивчення.

Мета статті: дослідити особливості та наслідки фінансової глобалізації в Україні.

Виклад основного матеріалу. Проблема визначення оптимального місця країни в структурі світових потоків капіталу, на наш погляд, більш ніж актуальна в умовах зростаючих викликів геополітичного характеру і зовнішніх ризиків для національної фінансової стабільності. Формування теоретичної основи вибудовування валютно-фінансових відносин економіки дозволяє створити базис для стійкості до зовнішніх шоків і довгострокового зростання. Вирішення питань, пов'язаних із «зануренням» національної фінансової системи в глобальні потоки капіталу, відноситься до реалізації валютної політики держави – одного з напрямків державної економічної політики, значення якого в умовах нестабільності глобальних фінансів багаторазово зросло в умовах глобалізації світової економіки.

У наш час в усьому світі підходи до валютно-фінансового регулювання зазнають трансформації в умовах зростаючої нестабільності глобальних фінансів. Змінився характер і масштаб зовнішніх викликів, ускладнився склад фінансових інструментів, різко зросла волатильність глобального валютного і фінансового ринків. Разом з тим системного підходу до валютно-фінансового регулювання в Україні в цих умовах ще не розроблено, вітчизняна теорія робить акцент переважно на способах контролю за рухом капіталу, а загальнопоширеним є твердження про необхідність посилення участі України в процесах глобалізації, і зокрема в фінансовій глобалізації, оскільки вона дає змогу країнам отримати додаткові джерела грошей та капіталу, вийти на нові ринки інвестиційних ресурсів, що загалом являє собою підґрунтя для позитивних фінансово-економічних зрушень [2].

У той же час, наведений факт вимагає відповідного обґрунтування, насамперед такий висновок повинен бути обґрунтований з використанням відповідних статистичних даних і методик кореляційного аналізу, які раніше підтвердили свою здатність до доведення тих чи інших гіпотез.

У зв'язку з цим викликають інтерес питання: наскільки в дійсності відкритість української економіки впливає на динаміку ВВП, чи є взаємозв'язок між цими показниками, чи забезпечує відкритість української економічної фінансової системи зростання економіки або, навпаки, знижує темпи зростання? Говорячи про «відкритість» української економіки, ми беремо в якості показника, який, на нашу думку, найбільш яскраво демонструє таку тенденцію, – обсяг прямих іноземних інвестицій.

Для відповіді на питання, поставлені вище, на першому етапі дослідження ми висуваємо ряд гіпотез, що потребують перевірки (табл. 1).

Таблиця 1

Матриця гіпотез щодо кореляції між обсягами іноземних інвестицій та економічним зростанням в Україні

№	1.	2.	3.
1.	Між станом прямого іноземного інвестування (ПІІ) і динамікою ВВП відсутній взаємозв'язок	Між станом ПІІ і динамікою ВВП є тісний взаємозв'язок і ПІІ суттєво впливають на динаміку ВВП	Між станом ПІІ і динамікою ВВП є взаємозв'язок і ПІІ суттєво впливають на динаміку ВВП
2.	Між станом ПІІ і динамікою ВВП є взаємозв'язок, який негативно впливає на динаміку ВВП	Між станом ПІІ і динамікою ВВП є взаємозв'язок і ПІІ впливають на динаміку ВВП	

Джерело: складено автором.

Наведені гіпотези будуть перевірені з використанням коефіцієнта кореляції Пірсона (r -коефіцієнт Пірсона). У цьому випадку коефіцієнт кореляції може приймати значення від $-\infty$ до $+\infty$. При цьому будь-яке негативне значення буде говорити про відсутність кореляції між обсягами іноземного інвестування та динамікою ВВП, 0 – про незначну кореляцію між цими показниками, а позитивні значення – про повну кореляцію досліджуваних величин.

У таблиці наведено розрахунок коефіцієнта Пірсона (табл. 2).

Таблиця 2

Розрахунок коефіцієнта Пірсона за даними динаміки ВВП і обсягом ІІІ в Україні

Роки	ІІІ (млн дол. США) *	Індекс зростання до попереднього року (ІзІІ)	ВВП (млн грн)**	Індекс зростання до попереднього року (ІзВВП)
2011	7207	-----	1316600	-----
2012	8401	0.85	1408889	1.07
2013	4499	0.53	1454931	1.03
2014	410	0.09	1566728	1.07
2015	-458	-1.11	1979458	1.26
2016	3810	-8.31	2383182	1.20
2017	3692	0.96	2982920	1.25
2018	4455	1.20	3558706	1.19
2019	5860	1.31	3974564	1.11
2020	-868	-0.14	4194102	1.05
Σ		-4.62		10.23
Σ сер (1)		-0.51		1.13
Відхилення від Σ сер				
Роки	Σ сер- ІзІІІ	X	Σ сер- ІзВВП	У
2012	-0.51-0.85 =	-1.36	1.13-1.07=	0.06
2013	-0.51-0.53 =	-1.04	1.13-1.03=	0.1
2014	-0.51-0.09 =	-0.6	1.13-1.07=	0.06
2015	-0.51+ 1.11=	0.6	1.13-1.26=	0.13
2016	-0.51+ 8.31=	7.8	1.13-1.20=	-0.07
2017	-0.51-0.96 =	-1.47	1.13-1.25=	-0.12
2018	-0.51-1.20 =	-1.71	1.13-1.19=	-0.06
2019	-0.51-1.31 =	-1.82	1.13-1.11=	-0.02
2020	-0.51+0.14 =	-0.37	1.13-1.05=	-0.07
X^2 ; $У^2$				
2012	-1.36 ² =	1.84	-0.06 ² =	0.00
2013	-1.04 ² =	1.08	-0.1 ² =	0.01
2014	-0.6 ² =	0.36	0.06 ² =	0.00
2015	0.6 ² =	0.36	-0.13 ² =	0.01
2016	7.8 ² =	60.8	0.07 ² =	0.00
2017	-0.147 ² =	0.02	0.12 ² =	0.01
2018	-0.171 ² =	0.02	0.06 ² =	0.00
2019	-0.182 ² =	0.03	0.02 ²	0.00
2020	-0.37 ² =	0.13	-0.07 ²	0.00
Σ (20	Σ (2 ¹)	64.64	Σ (2 ²)	0.043
$X \times У$				
	1.84 x 0.00	0.00		
	1.08x0.01	0.01		
	0.36x0.00	0.00		
	0.36x0.01	0.003		
	60.8x0.00	0.00		
	0.02x0.01	0.0002		
	0.02x0.00	0.00		
	0.03x0.00	0.00		
	0.13x0.00	0.00		
	1.84x0.00	0.00		
Σ (3)	-	0.013		

* <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/>

** <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/>

Джерело: розраховано автором.

Розраховуємо r -коефіцієнт Пірсона за формулою, перетвореною відповідно до позначень, наведених у табл. 2.

$$r = \frac{\sum(2^1) \times \sum(2^2)}{\sqrt{\sum(3)}} = \frac{2,77}{0,11} = 25,1$$

У такому випадку, оцінюючи силу зв'язку коефіцієнтів кореляції, використовуємо шкалу Чеддока (табл. 3), адаптовану з урахуванням отриманих нами показників.

Таблиця 3

Показники сили зв'язку між змінними

Значення	Інтерпретація
від 0 до $-\infty$	відсутність кореляції
від 0 до 0,9	дуже слабка кореляція
від 0,9 до $+\infty$	висока кореляція

Джерело: [1].

Відповідно до показників, наведених у табл. 3, робимо висновок про те, що r -критерій Пірсона (25.1) свідчить про високу по силі позитивну кореляцію, тобто підтверджується гіпотези про те, що між обсягом ПП і динамікою ВВП є тісний взаємозв'язок і обсяги ПП впливають на динаміку ВВП, при цьому цей взаємозв'язок виражений в дуже високому ступені (сектор 1.3 в матриці гіпотез) і з огляду на високе числове значення r -критерію Пірсона можна говорити про «супервідкритість» фінансової системи України.

Такий висновок, з одного боку, може бути сприйнятий позитивно, оскільки свідчить про високий ступінь інтеграції України в глобальний фінансовий простір. З другого боку – отримані дані дозволяють говорити і про те, що суттєва, а точніше сказати, вирішальна залежність України від зовнішніх джерел фінансування значною мірою знижує стійкість національної економіки в умовах глобалізації.

В економічній літературі зустрічається велика кількість наукових праць, в яких акцентована увага на перевагах відкритої економічної системи, що полягають, зокрема, в наступному:

- розвиток міжнародної спеціалізації і кооперування виробництва;
- більш раціональний розподіл ресурсів;
- трансляція світового досвіду через систему міжнародних економічних відносин;
- розвиток міжнародної конкуренції між вітчизняними та іноземними виробниками й ін.

При цьому в сучасній літературі відкриту економіку все ще розглядають як один з найбільш прогресивних видів економічної побудови національної фінансової системи [10; 11; 13].

Багато економістів не бачать або не хочуть бачити серед перерахованих вище відносних переваг відкритості очевидні недоліки, по суті, більш системно значимі. Так, в літературі практично не згадується про суттєві загрози, пов'язані з наявністю великої кількості екстерналій, що об'єктивно виникають у відкритих фінансових системах.

Аналіз наукових праць [5; 7; 9], а також аналіз реальної ситуації, що склалася в Україні, засвідчує наявність суттєвих загроз, які несе в собі фінансова глобалізація, серед цих загроз виокремимо найбільш суттєві:

- незважаючи на незначну позитивну динаміку темпів зростання ВВП, чинники, що її зумовлюють (світова кон'юнктура цін на продукцію сільського господарства, видобувних галузей і хімічної промисловості, зростання видобутку і сільськогосподарського виробництва), не дозволяють Україні відігравати значиму роль у розвитку світового фінансового ринку, встановлюючи свої «правила гри», а суттєва залежність від зовнішніх інвестицій і позик в умовах відкритості сприяє вимиванню національного багатства країни, підвищуючи вразливість господарської системи України перед зовнішніми викликами і представляючи серйозну загрозу її суверенітету і безпеці;

- серйозний тиск на національну фінансову і банківську систему зовнішніх потоків капіталу, що не знаходять в країні умов для належного застосування (відповідного цілям підйому української економіки), формує негативну високоволатильну динаміку фінансових ринків, завищені очікування населення (зокрема і цінові) з приводу зміни фінансово-економічної ситуації, а також формує суттєві ендогенні ризики, в тому числі «доларизацію» економіки, найсильнішу залежність національної фінансової системи і економіки в цілому від курсів основних валют і світових фінансово-економічних криз;

- із зростанням кількості електронних платежів і безнаперових форм грошей в обігу не тільки збільшується їх еластичність, а й формується фінансово-індукована нестійкість і тим самим загальна нестабільність всієї господарської системи, що не врівноважується механізмом саморегулювання національного фінансового ринку.

Такі фактори визначають неминучість перманентних фінансово-економічних криз, причини чого слід шукати в самій системі «супервідкритості» української фінансово-економічної системи. При цьому українська держава, відмовившись від проведення збалансованої фінансової політики, спрямованої на захист національного ринку, втратила інструмент структурного управління економікою і фінансовими ринками. Фінансовий сектор країни, який став ключовою сферою відтворення, формування цін та забезпечення економічного зростання, стимулює ерозію національної економіки, а орієнтація на зовнішні інвестиції, що йдуть в основному в сектора, що не можуть забезпечити інвестиційно-інноваційний розвиток країни (рис. 1), в принципі, не забезпечують економічного зростання, а лише підтримують економіку в «стагнучому стані», не даючи їй впасти в глибоку кризу.

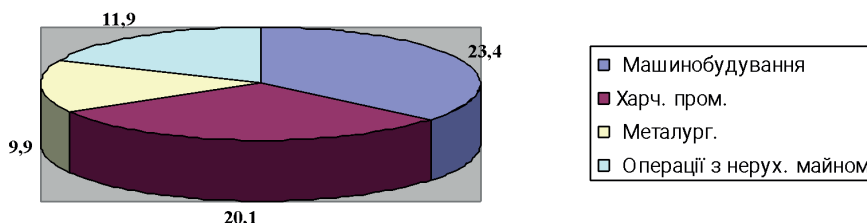


Рис. 1. Структура іноземних інвестицій в Україну за пріоритетними напрямками вкладень у 2020 р., %

Джерело: складено за даними [3].

При цьому стверджувати, що в Україні відбувається реальний інвестиційний процес в його класично-розумінні, не варто; значна частина інвестицій в країну (до 50.0 %) надходить із Росії, Нідерландів та Кіпру [4, с. 15], тобто фактично раніше виведені з України фінансові ресурси повертаються в формі інвестицій, створюючи елементарний «кругообіг вітчизняних фінансів», який спотворює реальну інвестиційну картину.

Незважаючи на ці проблеми, Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 р., що розроблена Міністерством фінансів за участю Національного Банку України, передбачає подальшу інтеграцію фінансового ринку України у світовий фінансовий простір, а також розвиток відкритої архітектури фінансового ринку [6, с. 30–31].

Ця політика в нинішніх умовах не здатна вирішити проблеми, які української фінансової системи, ані економіки в цілому. Відповідно, виникає гостра потреба визначення першочергових кроків, які має здійснити українська влада для виправлення ситуації.

Як здається, регуляторному впливу повинні бути піддані наступні напрямки. Насамперед при виборі форм зовнішньої заборгованості пріоритет повинен бути відданий залученню іноземних ресурсів в інструменти, які обертаються на внутрішньому ринку, це в основному облігації внутрішньої державної позики України, а також інструменти національних компаній і банків з номіналом в національній валюті. Крім прозорої структури інвестиційних потоків, це дозволить підвищити попит на національну грошову одиницю, розвинути місцевий фінансовий ринок, а найголовніше – використовувати емісійний важіль в разі проблем зі своєчасним обслуговуванням зобов'язань перед нерезидентами.

По-друге, вкрай важливим є створення особливих інструментів, що обертаються на внутрішньому ринку, які найбільшою мірою відповідали б інтересам іноземних інвесторів з точки зору якості (ліквідність, надійність, державні гарантії). Емісія таких інструментів дозволила б забезпечити репатріацію національних ресурсів, розміщених на зовнішньому ринку, і їх трансформацію в довгострокові інфраструктурні проекти на території країни. Такими інструментами в світовій практиці є інфраструктурні облігації – цінні папери, гарантовані урядом, кошти від розміщення яких спрямовуються на перспективні національні проекти (будівництво доріг, промислова інфраструктура й ін.). Випуск інфраструктурних облігацій дозволяє нівелювати ризики можливого вилучення коштів нерезидентів за рахунок додаткової емісії паперів, що мають державний статус.

Крім того, можливість обслуговування і погашення таких паперів може бути відстрочена на як завгодно тривалий період, оскільки папери, що виходять з обігу, будуть замінюватися новими випусками. У разі будь-яких ускладнень з обслуговуванням інфраструктурних облігацій за рахунок коштів бюджету або надходжень від реалізованих довгострокових проектів можуть бути задіяні емісійні джерела, наприклад, кредит НБУ або рефінансування НБУ інфраструктурних облігацій.

На нашу думку, ревізії повинна бути піддана і політика щодо залучення прямих інвестицій. Вважаємо, що необхідний контроль за довгостроковим інвестуванням з боку нерезидентів на національному ринку.

Очевидно, що наразі іноземне інвестування націлене лише на отримання миттєвих вигод, які базуються на високих дивідендах і на зростанні курсової вартості інструментів участі в капіталі. У той же час довгострокові інтереси економіки України швидше зосереджені на вкладенні капіталу в нові підприємства (так звані Greenfield investments). У зв'язку з цим регуляторний вплив з боку органів валютно-фінансового регулювання має бути спрямованим на стимулювання інвестицій у наукомісткі національні проекти з гарантією того, що стратегічні інвестори в перші роки володіння часткою участі забезпечать приплив реального капіталу в формі нових технологій, ноу-хау та ін.

У той же час частка участі нерезидентів у капіталах національних компаній може бути обмежена на базі підходів, схожих з підходами, використовуваними в розвинених країнах. Звісно ж, що для цього на рівні законодавчих актів повинно бути обумовлено проведення спеціального дослідження джерел і цілей прямих інвестицій, що перевищують 10 % статутного капіталу національної компанії.

Вважаємо, що такий підхід до контролю за джерелом походження коштів нерезидентів і за їх кінцевою метою буде багато в чому схожий з підходами в Законі про прямі інвестиції і безпеки, прийнятому в 2007 р. США [12].

У цілому, такі заходи спрямовані на зниження залежності України від іноземного інвестування, маючи на увазі захист національних інтересів, раціональне використання інвестицій і ефективний перерозподіл інвестиційних потоків.

Висновки. У наш час включення України в глобальний фінансовий простір має суттєві ризики в зв'язку з надмірною відкритістю національної фінансової системи. При цьому така «відкритість» дозволяє країні отримувати необхідний обсяг фінансових ресурсів, достатній лише для підтримки економіки в стані «стагнації», не забезпечуючи прискореного економічного зростання.

У статті, в рамках визначення поточних проблем української фінансової системи і основних напрямів валютно-фінансового регулювання, автором запропоновано шляхи вирішення проблем, пов'язаних з участю України в глобальних фінансових потоках. Як видається, запропонований підхід дозволить надати комплексний вплив на учасників валютно-фінансового ринку, скорегувати структуру міжнародної інвестиційної позиції та підвищити фінансову стабільність і ефективність інтеграції національної економіки в глобальні фінансові потоки.

Література:

1. Величина і сила коефіцієнта кореляції. URL: <https://statspy.ru/correlation/velicina/>
The magnitude and strength of the correlation coefficient. URL: <https://statspy.ru/correlation/velicina/> [in Ukrainian]
2. Волощенко Л. М. Розвиток світового фінансового ринку як каталізатору кризових глобалізаційних процесів в економіці. *Ефективна економіка*. 2012. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2154>
Voloshchenko LM Development of the global financial market as a catalyst for crisis globalization processes in the economy. *Effective economy*. 2012. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2154> [in Ukrainian]
3. Іноземні інвестиції: хто і куди вкладав гроші в Україні останні чотири роки. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2020/03/20/infografika/finansy/inozemni-investyziyi-xto-kudy-vkladav-hroshi-ukrayini-ostanni-chotyry-roky>
Foreign investment: who and where invested in Ukraine in the last four years. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2020/03/20/infografika/finansy/inozemni-investyziyi-xto-kudy-vkladav-hroshi-ukrayini-ostanni-chotyry-roky> [in Ukrainian]
4. Макроекономічний огляд. Міністерство фінансів України. 2019. № 12. URL: <https://mof.gov.ua/uk/makroogljad>
Macroeconomic review. Ministry of Finance of Ukraine. 2019. Vip. №12. URL: <https://mof.gov.ua/uk/makroogljad> [in Ukrainian]
5. Пріоритети розвитку фінансової системи України в умовах євроінтеграційних процесів : монографія / Л. Л. Гриценко, І. М. Боярко, Т. А. Васильєва. Суми : СумДУ, 2021. 379 с.
Priorities of development of the financial system of Ukraine in the conditions of European integration processes: monograph. L.L. Gritsenko, IM Boyarko, T.A. Vasiliev. Sumy: Sumy State University, 2021. 379 p. [in Ukrainian]
6. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/Strategija_financovogo_sectoru_ua.pdf
Strategy for the development of the financial sector of Ukraine until 2025. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/Strategija_financovogo_sectoru_ua.pdf [in Ukrainian]
7. Теоретико-методологічні засади розвитку фінансової системи України на основі інноваційно-інвестиційних стратегій : колективна монографія / за заг. ред. Т. Д. Косової, Н. О. Слободянюк. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2019. 296 с.
Theoretical and methodological principles of development of the financial system of Ukraine on the basis of innovation and investment strategies: a collective monograph. For general. ed. T.D. Kosovo, NO Slobodyanyuk. Kryvyi Rih: DonNUET, 2019. 296 p. [in Ukrainian]
8. Шпірінян Л. В. Методологія комплексної оцінки відкритості ринків банківських і страхових послуг України. *Економіка України*. 2017. № 12. С. 34–51.



- Shirinyan LV Methodology of complex assessment of openness of markets of banking and insurance services of Ukraine. *Economy of Ukraine*. 2017. № 12. P. 34-51. [in Ukrainian]
9. Школьник С. В. та ін. Проблеми і перспективи розвитку фінансової системи України : монографія / І. О. Школьник, Т. А. Васильєва, С. В. Леонов та ін. Суми : СумДУ, 2017. 343 с.
- Schoolboy, S.V. etc. Problems and prospects of development of the financial system of Ukraine: monograph. O Shkolnik, TA Vasilieva, SV Leonov and others. Sumy: Sumy State University, 2017. 343 p. [in Ukrainian]
10. Dornbusch, S. Fischer and J.Bossons (eds). *Macroeconomics and Finance*. 11th edition. McGraw Hill College, 2011.
11. Mankiw NG. *Macroeconomics*, 7th Edition. Worth Publishers, 2010.
12. Foreign investment and national security act of 2007. URL: <https://www.congress.gov/110/plaws/publ49/PLAW-110publ49.pdf>
13. Lane Ph. R. The new open economy macroeconomics: a survey // *Journal of International Economics*. 2001. vol. 54(2) pp. 235–266.



Отримано: 25 травня 2022 р.

Прорецензовано: 13 червня 2022 р.

Прийнято до друку: 15 червня 2022 р.

e-mail: mvi25prof@gmail.com

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-25(53)-102-109

Міщенко В. І., Науменкова С. В. Вдосконалення механізмів управління операційними ризиками банку. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»* : науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, червень 2022. № 25(53). С. 102–109.

УДК: 336.71

JEL-класифікація: G17, G21

ORCID-ідентифікатор: <http://orcid.org/0000-0002-8565-2686>ORCID-ідентифікатор: <http://orcid.org/0000-0001-8582-6044>**Міщенко Володимир Іванович,**

доктор економічних наук, професор,
завідувач сектору цифрової економіки

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

Науменкова Світлана Валентинівна,

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри фінансів

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ
ОПЕРАЦІЙНИМИ РИЗИКАМИ БАНКУ**

У статті досліджено механізми та методи управління операційними ризиками в українських банках. Визначено, що операційний ризик є складним комплексним видом банківських ризиків, управління яким потребує суттєвого вдосконалення. Обґрунтовано необхідність віднесення до операційних ризиків банківської діяльності репутаційних ризиків і кіберризиків.

Встановлено, що вплив операційних ризиків на результати діяльності вітчизняних банків має тенденцію до посилення. Обґрунтовано систему заходів щодо вдосконалення управління операційними ризиками. Розроблено орієнтовний перелік ключових індикаторів та вдосконалено підходи до характеристики подій операційного ризику, які можуть бути використані вітчизняними банками в практичній діяльності з метою мінімізації наслідків реалізації операційних ризиків.

Ключові слова: банк, операційний ризик, система управління, ключові індикатори, мінімізація ризику.

Volodymyr Mishchenko,

Doctor of Economics, Professor,

Head of the Sector of Digital Economy

Institute for Economics and Forecasting of the NAS of Ukraine

Svitlana Naumenkova,

Doctor of Economics, Professor,

Professor at the Department of Finance

Taras Shevchenko National University of Kyiv

BANK'S OPERATIONAL RISK MANAGEMENT MECHANISMS IMPROVEMENT

The article examines the mechanisms and methods of operational risk management in Ukrainian banks. It is determined that operational risk is a complex type of banking risk, and the peculiarity of its implementation is that it is inherent in all banking processes, products, business lines and activities and has an unpredictable nature. It is proved that the improvement of operational risk management contributes to the sustainable functioning of banks and the stability of the entire banking system.

The main principles of the bank's operational risk management system formation and functioning are determined, which include: objectivity and regularity of risk identification and assessment; timeliness of their detection and evaluation; complexity; structured management; proportionality; delimitation of control functions and operational activities; independence of individual governing bodies; confidentiality; transparency and efficiency.

Given the complex and dynamic nature of operational risks, as well as the active digitalization of the banking business, it is recommended that operational risks include reputational risks, information risks and cyber risks.

Based on the calculations, it is established that the impact of operational risks on the performance of domestic banks tends to increase, the leveling of which requires the development of new management mechanisms through the creation and effective operation of operational risk management.

A system of measures to improve operational risk management based on the use of the «three lines of protection», which includes classification, identification, measurement, monitoring, control and reporting of operational risks, as well as assessment of economic and social consequences of risk events.

The main methods of operational risk management are identified and it is proved that the key direction of their use should be preventive measures to avoid or minimize the economic consequences of risks, and coverage of losses arising from their implementation should be provided by specially formed reserves of internal capital.

An indicative list of key indicators has been developed and approaches to characterizing operational risk events that can be used by domestic banks in practice to minimize the consequences of operational risks have been improved.

Keywords: bank, operational risk, management system, key indicators, risk minimization.

Постановка проблеми. Операційні ризики є найбільш динамічними видами ризиків банківської діяльності, оскільки вони дуже чутливо реагують на технічні, технологічні, організаційні та управлінські зміни в банківському бізнесі. Особливість їх прояву та реалізації, на відміну від інших видів ризику банківської діяльності, полягає в тому, що вони притаманні всім банківським процесам, продуктам, бізнес-лініям і напрямам діяльності та мають комплексний і непрогнозований характер. На практиці виникнення подій, що призводять до операційних ризиків, здебільшого, неможливо прогнозувати, а самі ризики дуже складно виявити, ідентифікувати, точно виміряти та кількісно оцінити збитки і втрати банків від їх реалізації.

Не дивлячись на значний вплив операційних ризиків на результати банківської діяльності, на практиці їм приділяється ще недостатня увага. У зв'язку з цим питання вдосконалення управління операційними ризиками є актуальними, а їх вирішення сприятиме забезпеченню стійкого функціонування банків і стабільності всієї банківської системи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняній науковій літературі дослідженню питань управління операційними ризиками в банках приділяється недостатньо уваги. Можна виокремити лише окремі наукові праці Л. Л. Анісімової [21], В. В. Жупанина [2], Г. Т. Карчевої [3], В. В. Крилової [4], В. Л. Кротюка [5], С. В. Міщенко [10; 11], М. В. Ніконові [6], Є. О. Тіщенко [19], О. А. Шаповала [20], Н. П. Шульги [21] та деяких інших.

Зважаючи на недостатню увагу з боку науковців і практиків до управління операційними ризиками в банках, подальшого дослідження потребують питання класифікації, ідентифікації, вимірювання операційних ризиків та оцінки наслідків їх реалізації з метою запровадження дієвих систем і механізмів управління ними.

Мета дослідження: проаналізувати процес управління операційними ризиками у вітчизняних банках та обґрунтувати головні напрями підвищення його ефективності.

Виклад основного матеріалу. За своєю економічною природою та характером реалізації операційні ризики є складним комплексним видом ризиків, які пов'язані з широким спектром напрямів діяльності банку, його продуктів, послуг і процесів, функціонуванням технічних засобів і комунікаційних мереж, роботою працівників, характером взаємодії з клієнтами і постачальниками, а також впливом непередбачуваних зовнішніх факторів, що може призвести до прямих або непрямих збитків і зменшення внутрішнього капіталу банку [7, с. 44; 19, с. 92]. Наприклад, О. А. Шаповал вважає, що через складність операційних ризиків і недостатність інструментарію для їх оцінки точність розрахунків потенційних втрат є значно нижчою, ніж для інших видів банківських ризиків, оскільки використовуються статистичні дані, що характеризують збитки в минулих періодах [20, с. 44].

Європейський центральний банк розглядає операційні ризики як негативні фінансові, професійні, технічні або репутаційні наслідки, що виникли в результаті неадекватних чи помилкових внутрішніх дій щодо вироблення стратегії, організації управління в банку, процесів, персоналу, функціонування технічних і технологічних систем або зовнішніх подій [22].

Базельський комітет з банківського нагляду розглядає операційний ризик як ймовірність виникнення збитків у результаті неадекватних чи помилкових внутрішніх процесів, неналежного корпоративного управління, помилкових чи навмисних дій співробітників банку, неадекватного функціонування інформаційних систем або впливу зовнішніх подій та відносить до його різновидів юридичний і репутаційний ризики [25].

Відповідно до «Положення про організацію системи управління ризиками в банках України та банківських групах», затвердженого Національним банком України, під операційним ризиком розуміють ймовірність виникнення збитків, додаткових втрат або недоотримання запланованих доходів унаслідок недоліків або помилок в організації внутрішніх процесів, навмисних або ненавмисних дій працівників банку або інших осіб, збоїв у роботі інформаційних систем або внаслідок впливу зовнішніх факторів [17].

При цьому принципово важливе значення має той факт, що збитки, які виникають у результаті реалізації подій операційного ризику, можуть мати негативний вплив не лише на надходження, а й на капітал банку [8, с. 8; 10, с. 59].

Проведений на основі використання базового індикативного підходу аналіз рівня операційних ризиків у банківській системі України в 2018–2021 рр. свідчить про те, що упродовж аналізованого періоду він

суттєво підвищився. Якщо в 2018 р. для покриття збитків вітчизняних банків від операційних ризиків необхідне було резервування капіталу в сумі 16,91 млрд грн, то в 2021 р. ця сума зросла на 9,43 млрд грн., або на 55,8 %. І хоча використання трирічної середньої ковзної величини (відповідно до вимог Базельського комітету з банківського нагляду) дещо зменшує потребу в резервуванні капіталу для покриття втрат від операційних ризиків, сума необхідних резервів залишається дуже значною (табл. 1).

Таблиця 1

Розрахунок обсягів внутрішнього капіталу, необхідного банкам України для покриття операційних ризиків у 2018–2021 рр., млрд грн

Показники	2018	2019	2020	2021
1. Процентний дохід	140,80	152,95	147,74	168,75
2. Процентні витрати	67,76	74,06	62,90	51,10
3. Чистий процентний дохід	73,04	78,91	84,84	117,65
4. Комісійні доходи	50,97	62,06	70,64	93,16
5. Комісійні витрати	13,16	18,10	24,13	35,19
6. Чистий комісійний дохід	37,81	43,96	46,51	57,97
7. Торговельний дохід	1,85	16,22	21,51	-0,08
8. Інші операційні доходи	8,59	8,15	6,81	7,49
9. Інші операційні витрати	16,80	11,79	16,41	18,25
10. Чисті інші операційні доходи	-8,21	-3,64	-9,60	-10,76
11. Усього чисті доходи (3 + 6 + 7 + 10)	104,49	135,45	143,26	164,78
12. Чисті доходи, що включаються до розрахунку операційних ризиків	112,70	139,09	152,86	175,62
13. Розрахункова річна сума капіталу для покриття операційних ризиків (12 x 0,15)	16,91	20,86	22,93	26,34
14. Ковзне середнє значення потреби в капіталі для покриття операційних ризиків (за 3 роки)	–	–	20,23	23,38

Джерело: розраховано авторами на основі [1].

На наш погляд, одержані результати свідчать про наявність негативної тенденції у функціонуванні вітчизняної банківської системи, а необхідність її подолання потребує суттєвого вдосконалення методів та інструментів управління операційними ризиками.

З метою належної організації управління операційними ризиками та відповідно до масштабу своєї діяльності, обраної бізнес-моделі, характеру здійснюваних операцій тощо кожен банк зобов'язаний розробити власну систему управління операційними ризиками, яка являє собою сукупність прийнятих політик, принципів, правил і методів, що дозволяють адекватно ідентифікувати ризики, провести їх якісну та кількісну оцінку, здійснити моніторинг і звітування, а також забезпечити зниження рівня впливу на результати банківської діяльності та розрахувати обсяг внутрішнього капіталу, необхідного для покриття втрат і збитків [6, с. 74; 14, с. 64].

При цьому важливо зазначити, що, відповідно до «Принципів належного управління операційним ризиком» Базельського комітету з банківського нагляду, система управління операційними ризиками повинна бути органічно поєднана із загальною системою управління ризиками в банку та передбачати наявність певних структурних підрозділів, інструкцій, положень, процедур, інструментів та культури управління ризиками, які повинні періодично переглядатися та оновлюватися [25].

Головними принципами формування та функціонування системи управління операційними ризиками в комерційному банку повинні бути: об'єктивність і регулярність ідентифікації та оцінки ризиків; своєчасність їх виявлення та якісної оцінки; комплексність; структурованість управління; пропорційність; розмежування функцій контролю та операційної діяльності; незалежність окремих органів управління; конфіденційність; прозорість та ефективність [9, с. 28; 13, с. 18; 15, с. 188].

Відповідальність за створення системи управління операційними ризиками покладається на керівництво банку, а контроль за ефективністю її функціонування здійснюють уповноважені працівники Національного банку України шляхом проведення регулярних перевірок, нагляду та аналізу показників діяльності банку, його внутрішніх документів, контролю процесів і операцій, оцінки рівня, інтенсивності та характеру взаємодії органів управління банком між собою тощо.

Базельський комітет з банківського нагляду, відповідно до Принципу 5 «Принципів належного управління операційним ризиком», рекомендує комерційним банкам у складі загального комітету з управління ризиками створювати комітет з управління операційними ризиками [25]. Однак в Україні станом на 01.01.2022 р. такі комітети функціонували лише в дев'яти найбільших банках, що, на наш погляд, свідчить про недостатню увагу керівництва вітчизняних банків до питань управління операційними ризиками.

На практиці процес управління операційними ризиками розпочинається із аналізу карти бізнес-процесів банку та визначення і характеристики подій, які можуть призвести до виникнення операційних ризиків, на підставі чого формується їх детальний реєстр [21, с. 32]. До основних подій, які потенційно можуть наражати банк на операційні ризики, слід віднести внутрішнє шахрайство, неправомірну та несанкціоновану діяльність, зовнішнє шахрайство, порушення безпеки функціонування інформаційно-комунікаційних систем, недоліки в управлінні персоналом, кіберзагрози, порушення норм ділової практики, навмисне або невмисне пошкодження чи знищення активів, неякісне виконання платіжних операцій та управління банківськими процесами тощо (табл. 2).

Таблиця 2

Види та характеристика подій операційного ризику

Подія	Характеристика події
Внутрішнє шахрайство, несанкціонована діяльність	Навмисно не відображені або незаконні операції, шахрайство, крадіжка, вимагання, привласнення або навмисне знищення активів, заволодіння коштами за підробленими документами, порушення податкового законодавства, порушення норм законодавства або внутрішніх документів співробітниками банку.
Зовнішнє шахрайство, порушення безпеки інформаційно-комунікаційних систем, кіберзагрози	Крадіжка, вимагання, підроблення документів з метою заволодіння коштами або майном, атаки на інформаційні системи та порушення їх роботи, поширення шкідливого програмного забезпечення, порушення норм законодавства або внутрішніх документів зовнішніми особами.
Управління персоналом та охорона праці	Порушення трудового законодавства, виробничі травми працівників, порушення законодавства з питань охорони праці, неналежним чином оформлені трудові відносини з працівниками, неналежна організація безпеки працівників банку та клієнтів.
Клієнти, продукти та норми ділової практики	Порушення фідуціарних обов'язків, надання клієнтам неякісних рекомендацій, неповної інформації, нав'язування продуктів, неправомірне стягування комісій, неналежне здійснення операцій та використання конфіденційної інформації, здійснення операцій без ліцензії, невиконання вимог щодо ідентифікації клієнтів, недоліки продуктів, помилки в ціноутворенні, перевищення лімітів ризику на одного клієнта, легалізація доходів, одержаних злочинним шляхом, недбале ставлення до виконання обов'язків.
Пошкодження або знищення активів	Природні стихійні лиха, техногенні катастрофи, військові конфлікти, вандалізм та інші надзвичайні ситуації.
Унеможливлення функціонування систем	Збої в роботі інженерної інфраструктури, технічних засобів, програмного забезпечення, телекомунікаційних систем, кібератаки або інші форми несанкціонованого втручання в роботу систем.
Неякісне виконання платіжних операцій та управління процесами	Помилки в процесі підготовки та виконання операцій, при введенні та зберіганні даних, бухгалтерські помилки, неналежне управління рахунками, неналежний моніторинг та звітування, відсутність дозволів клієнтів на оброблення даних, неповна документація про клієнтів, неавторизований доступ до рахунків, невиконання або неналежне виконання контрагентами та постачальниками своїх зобов'язань, конфлікти з контрагентами та постачальниками.

Джерело: розроблено авторами на основі [12, с. 81; 17; 19, с. 63; 20, с. 44].

Для виявлення та вимірювання операційних ризиків банки використовують бази даних внутрішніх подій, результати перевірок та дані аудиторських висновків, експертні висновки ризик-менеджерів і керівників банків, результати самооцінки працівників банку, сценарний аналіз, встановлені значення показників KRI тощо.

З метою більш повного виявлення та якісної оцінки операційних ризиків банкам доцільно використовувати додаткові інструменти, зокрема, такі як: 1) формування бази та аналіз даних, що стосуються специфічних зовнішніх подій, які можуть наражати на ризики; 2) вимірювання ризиків та оцінка потенційних збитків на основі використання математичних моделей; 3) аналіз карт бізнес-процесів для виявлення найбільш вразливих до ризиків операцій, процесів, продуктів або напрямів діяльності; 4) порівняльний аналіз ефективності використання окремих інструментів виявлення, ідентифікації та оцінки ризиків [3, с. 164].

При цьому варто зазначити, що база даних банку щодо внутрішніх подій операційних ризиків обов'язково повинна містити таку інформацію: дата (час) виникнення, виявлення, реєстрації ризикової події та обліку ефекту від її реалізації (збитки, штрафи, компенсації, втрати, недержані доходи, формування необхідних резервів); перелік підрозділів, в яких сталася та виявлена ризикова подія, а також які відповідно дають за її дослідження та управління; детальний опис і визначення причини виникнення події; оцінка можливості впливу виявленої події на інші види банківських ризиків.

Усі події, які можуть спричинити виникнення операційних ризиків, поділяють на певні категорії, наприклад, за ймовірністю настання події, за ймовірністю рівня ризику в разі її реалізації, за рівнем втрат



тощо. В окремих випадках цим класифікаційним категоріям можуть присвоюватися кількісні значення.

Визначення головних чинників виникнення банківських операційних ризиків, аналіз особливостей, що обумовлюють їх реалізацію, а також характер і рівень втрат, дозволяють виокремити кілька їх підвидів, зокрема: ризик персоналу; ризик процесів; ризик продуктів; ризик клієнтів; ризик контрагентів; інформаційний ризик; зовнішній ризик; кіберризик; ризик непередбачуваних обставин та інші. Варто також зазначити, що сучасний етап організації процесу управління операційними ризиками в банках характеризується трансформацією та суттєвим посиленням ризиків, які пов'язані з цифровізацією банківської діяльності та використанням інноваційних технологій, процесів, продуктів і послуг, що потребує нових методів і підходів до управління ними на основі використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій [16, с. 28; 19, с. 94; 24, с. 196].

У практичній діяльності вітчизняних банків управління операційними ризиками відбувається на основі використання ієрархічної «моделі трьох ліній захисту» [17].

До першої лінії захисту включаються бізнес-підрозділи та підрозділи підтримки комерційного банку, які відповідають за виявлення, оцінювання та вимірювання ризиків, а також за звітування та вжиття заходів щодо мінімізації їх впливу на банківську діяльність. Відповідальними за внутрішній контроль операційних ризиків призначаються ризик-координатори.

До другої лінії захисту належить безпосередньо підрозділ з управління ризиками, який організує та здійснює заходи щодо управління операційними ризиками.

До третьої лінії захисту належить підрозділ внутрішнього аудиту банку, який контролює та здійснює оцінку ефективності діяльності підрозділів, що включені до першої та другої ліній захисту.

Відповідно до Принципів Базельського комітету з банківського нагляду щодо належного управління операційними ризиками, для кожного виду ризику банки повинні розробити набір ключових індикаторів (KRI), які характеризують рівень впливу окремих факторів ризику на певний вид (процес, продукт) банківської діяльності, його зміну в часі та дають можливість більш ефективно здійснювати аналіз і моніторинг операційних подій. Встановлення кількісних граничних значень індикаторів KRI дозволяє банку заздалегідь виявити потенційний вплив окремих операційних ризиків і вжити своєчасних заходів щодо його мінімізації.

Проведене дослідження дозволило розробити орієнтовний перелік ключових індикаторів для окремих видів операційних ризиків, які можуть бути використані вітчизняними банками в практичній діяльності (табл. 3).

З метою визначення потенційних втрат у разі реалізації значних несприятливих подій у своїй діяльності або на фінансовому ринку країни загалом банки зобов'язані щорічно здійснювати стрес-тестування операційних ризиків. Для проведення таких стрес-тестів більшість вітчизняних банків використовують метод сценарного аналізу, який ґрунтується на судженнях працівників підрозділів, що включені до першої лінії захисту, та фахівців підрозділу з управління ризиками щодо можливих змін у подіях ризику, ймовірності його реалізації, потенційних обсягів втрат тощо. Метод математичного моделювання використовується для стрес-тестування значно рідше через відсутність у банках надійних статистичних даних за відносно тривалий період часу.

До основних методів управління операційними ризиками, відповідно до рекомендацій Національного банку України, належать такі: уникнення, прийняття, передавання та пом'якшення ризиків [17]. Однак, головним напрямом управління операційними ризиками повинно бути використання превентивних заходів, що дозволяють уникнути або мінімізувати їх дію та економічні наслідки, а покриття збитків, що виникають у результаті реалізації таких ризиків, повинно здійснюватися за рахунок спеціально сформованих резервів внутрішнього капіталу банку [11, с. 92].

З метою визначення необхідного обсягу резерву внутрішнього капіталу банку для покриття збитків і втрат від операційних ризиків Базельський комітет з банківського нагляду пропонує використовувати базовий індикативний підхід, стандартизований підхід або «просунуті» підходи [4, с. 9; 5, с. 7]. У сучасних умовах більшість вітчизняних банків віддають перевагу використанню базового індикативного підходу. При використанні стандартизованого підходу банки повинні визначати додаткову потребу в капіталі за кожною бізнес-лінією своєї діяльності, до яких в Україні віднесені такі: корпоративне фінансування, торгівля та продаж, роздрібний бізнес, корпоративний бізнес, платежі та розрахунки, агентські послуги, управління активами, брокерські послуги роздрібним клієнтам, операції банку для власних потреб [17].

Таблиця 3

Орієнтовний перелік ключових індикаторів операційних ризиків у банку

Підвид ризику	Ключові індикатори операційних ризиків
Ризик операцій та процесів	Частка нездійснених та неналежно здійснених операцій; Кількість помилок в реквізитах платежів; Кількість затримок при виконанні операцій; Кількість випадків фальсифікацій документів; Кількість претензій клієнтів; Кількість випадків некоректної поведінки контрагентів і постачальників; Сума і частка підтверджених втрат при здійсненні операцій та процесів; Сума сплачених штрафів у відсотках до операційного доходу.
Ризик персоналу	Рівень плинності кадрів; Кількість випадків некоректних, недбалих дії або шахрайства персоналу; Кількість операцій, здійснених без дозволу; Кількість дисциплінарних стягнень на працівників; Сума витрат на безпеку персоналу та охорону праці; Кількість проведених навчальних заходів.
Зовнішній ризик через форс-мажорні обставини	Кількість стихійних лих, техногенних катастроф або інших подій, що завдали збитки; Кількість випадків пошкодження майна або втрати активів; Сума втрат від пошкодження майна або втрати активів.
Інформаційний ризик	Кількість збоїв у роботі інженерної інфраструктури та технічних засобів; Кількість випадків втрати даних; Частка неправильно переданих даних; Рівень напруженості трафіку ІТ-системи; Кількість збоїв у роботі ІТ-системи; Час непрацездатності технічних засобів та ІТ-системи; Середня тривалість реакції на технічний збій; Середня тривалість відновлення роботи ІТ-системи.
Кіберризик	Кількість випадків несанкціонованого доступу до програм і ресурсів банку з використанням шкідливого програмного забезпечення; Види кібератак; Види використаних шкідливих програм і засобів проникнення; Періодичність оновлення програмного забезпечення; Сума битків у результаті успішних кібератак.
Ризик продуктів	Кількість випадків порушення фідучіарних обов'язків; Кількість випадків надання клієнтам неякісних рекомендацій, неповної інформації, нав'язування продуктів; Кількість випадків неправомірного стягування комісій; Кількість помилок при ціноутворенні; Кількість випадків порушення лімітів ризику на одного клієнта.

Джерело: розроблено авторами на основі [2, с. 10; 3, с. 168–169; 18, с. 117; 19, с. 94].

У перспективі, в міру посилення чутливості банківської діяльності до ризиків, при розрахунках додаткових потреб у внутрішньому капіталі для покриття збитків від реалізації операційних ризиків вітчизняні банки повинні перейти до використання «просунутого» підходу, який передбачає часткове покриття втрат шляхом страхування ризиків, що може зменшити потреби в додатковому резервуванні капіталу [3, с. 171].

Висновки. Проведене дослідження дозволило визначити, що операційний ризик є складним комплексним видом банківських ризиків, управління яким потребує суттєвого вдосконалення. Зважаючи на комплексний та динамічний характер операційних ризиків, а також на активну цифровізацію банківського бізнесу, до їх складу сьогодні доцільно включати репутаційні ризики та кіберризики.

Аналіз впливу операційних ризиків на результати діяльності вітчизняних банків дозволив виявити тенденцію до їх посилення, нівелювання якої потребує розроблення нових методів і механізмів управління на основі створення та забезпечення ефективного функціонування системи управління операційними ризиками.

Розроблений у статті орієнтовний перелік ключових індикаторів та запропоновані підходи до характеристики подій операційного ризику можуть бути використані вітчизняними банками в практичній діяльності з метою мінімізації наслідків реалізації операційних ризиків у банківській системі України та підвищенню рівня її фінансової стійкості.

Література:

1. Доходи та витрати банків України. Сайт НБУ. 2022. URL: <https://new.bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist> (дата звернення: 22.05.2022).



- NBU. (2022). Dokhody ta vytraty bankiv Ukrainy [Income and expenses of Ukrainian banks]. NBU website. 2022. Available at: <https://new.bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist> (2022, May, 20) [in Ukrainian]
2. Жупанин В. Проблеми збалансованості внутрішніх заощаджень та зовнішніх запозичень банків в умовах нестабільності фінансових ринків. *Вісник Національного банку України*. 2008. № 7. С. 8–12.
- Zhupanyn V. (2008). Problemy zbalansovanosti vnutrishnikh zaoshchadzen ta zovnishnikh zapozychen bankiv v umovakh nestabilnosti finansovykh rynkiv [Problems of balancing domestic savings and external borrowings of banks in conditions of instability of financial markets]. *Visnyk natsionalnoho banku Ukrainy [Bulletin of the National Bank of Ukraine]*. 7, 8–12 [in Ukrainian]
3. Карчева Г. Т. та ін. Механізми забезпечення ефективності та конкурентоспроможності банківської системи та економіки України : монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук Г. Т. Карчевої. Київ : ДВНЗ «Університет банківської справи», 2019. 311 с.
- Karcheva G.T. et al. (2019). Mekhanizm zabezpechennja efektyvnosti ta kokurentospromozhnosti bankivskoi systemy ta ekonomaky Ukrainy [Mechanisms for ensuring the efficiency and competitiveness of the banking system and the economy of Ukraine]: monograph / zag. ed. dr. escon. sciences G.T. Karcheva. Kyiv: State University «University of Banking» [in Ukrainian]
4. Крилова В. В., Швець Є. А. Еволюція банківського нагляду: європейський досвід. *Вісник Національного банку України*. 2007. № 7. С. 5–11.
- Krylova V.V., Shvets E.A. (2007). Evolyutsija bankivskoho nahljadu: evropeyskyi dosvid [Evolution of banking supervision: European experience]. *Visnyk natsionalnoho banku Ukrainy [Bulletin of the National Bank of Ukraine]*. 7, 5–11 [in Ukrainian]
5. Кротюк В. Еволюція підходів до оцінки капіталу в Базельських угодах. *Банківська справа*. 2005. № 4. С. 3–9.
- Krotyuk V. (2005). Evolyutsija pidkhodiv do otsinky kapitaly v Bazel'skykh uhodakh [Evolution of approaches to capital valuation in the Basel Agreements]. *Bankivska sprava [Banking]*. 4, 3–9 [in Ukrainian]
6. Міщенко В. І., Крилова В. В., Ніконова М. В., Малоюков В. П., Куліков С. Г. Санаційний банк – «брідж-банк» як механізм роботи з нежиттєздатними банками : монографія. Центр наукових досліджень Національного банку України. Київ : УБС НБУ, 2011. 119 с.
- Mishchenko V.I., Krylova V.V., Nikonova M.V., Malyukov V.P., Kulikov S.H. (2011). Sanatsiynyi bank – «bridge-bank» yak mekhanizm roboty z nezhyttezdatnyimi bankamy [Rehabilitation Bank – «bridge-bank» as a mechanism for working with non-viable banks]. Center for Scientific Research of the National Bank of Ukraine. Kyiv: UBS NBU [in Ukrainian]
7. Міщенко В. І., Міщенко С. В. Стратегічні підходи до управління ризиками функціонування нежиттєздатних банків і обслуговування проблемних активів. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2014. № 10. С. 40–46.
- Mishchenko V.I., Mishchenko S.V. (2014). Stratehichni pidkhody do upravlinnja ryzykamy funtsionuvannja nezhyttezdatnykh bankiv i obsluhovuvannya problemnykh aktiviv [Strategic approaches to risk management of functioning of non-viable banks and servicing of distressed assets]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika [Bulletin Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics]*. 10, 40–46 [in Ukrainian]
8. Міщенко В. І., Науменкова С. В. Сучасні проблеми капіталізації банківської системи. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2013. № 2. С. 3–11.
- Mishchenko V.I., Naumenkova S.V. (2013). Suchasni problem kapitalizatsii bankivskoi systmy [Modern problems of capitalization of the banking system]. *Finansovo-kredytna dijalnist: problemy teorii ta praktyky [Financial and credit activities: problems of theory and practice]*. 2, 3–11 [in Ukrainian]
9. Міщенко В. І., Науменкова С. В. Банківська система України: проблеми становлення та розвитку. *Фінанси України*. 2016. № 5. С. 7–33.
- Mishchenko V.I., Naumenkova S.V. (2016). Bankivska systema Ukrainy: problem stanovlennja ta rozvytku [Banking system of Ukraine: problems of formation and development]. *Finansy Ukrainy [Finance of Ukraine]*. 5, 7–33 [in Ukrainian]
10. Міщенко С. Сутність економічного капіталу та його роль у забезпеченні фінансової стійкості банку. *Вісник Національного банку України*. 2008. № 1. С. 58–64.
- Mishchenko S. (2008). Sutnist ekonomichnoho kapitalu banku ta yoho rol u zabezpechenni finansovoi atytkosti banku [The essence of economic capital and its role in ensuring the financial stability of the bank]. *Visnyk natsionalnoho banku Ukrainy [Bulletin of the National Bank of Ukraine]*. 1, 58–64 [in Ukrainian]
11. Міщенко С. Удосконалення управління економічним капіталом банку з урахуванням ризику ліквідності. *Вісник Університету банківської справи Національного банку України*. 2008. № 3. С. 90–93.
- Mishchenko S. (2008). Udoskonalennja upravlinnja ekonomichnym kapitalom banku z urakhuvannyam ryzyku likvidnosti [Improving the management of the bank's economic capital taking into account liquidity risk]. *Visnyk Universytetu bankivskoi spravy Natsionalnoho banku Ukrainy [Bulletin of the University of Banking of the National Bank of Ukraine]*. 3, 90–93 [in Ukrainian]
12. Міщенко С. В. Проблеми забезпечення ліквідності банків на основі використання механізмів рефінансування. *Фінанси України*. 2009. № 7. С. 75–88.
- Mishchenko S.V. (2009). Problemy zabezpechennja likvidnosti bankiv na osnovi vykorystannja mekhanismiv refinansuvannja [Problems of ensuring the liquidity of banks on the basis of the use of refinancing mechanisms]. *Finansy Ukrainy [Finance of Ukraine]*. 7, 75–88 [in Ukrainian]

13. Науменкова С. В. Оцінка впливу галузевої приналежності на рівень перспективної платоспроможності позичальника. *Вісник Національного банку України*. 2005. № 7. С. 14–21.
- Naumenkova S.V. (2005). Otsinka vplyvu haluzevoi prynalezhnosti na riven perspektyvnoi platospromozhnosti pozychalnyka [Assessment of the impact of industry affiliation on the level of perspective solvency of the borrower]. *Visnyk natsionalnoho banku Ukrainy* [Bulletin of the National Bank of Ukraine]. 7, 14–21 [in Ukrainian]
14. Науменкова С. В. Підходи до вибору інструментів захисту від системних ризиків. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2017. № 1. С. 60–70.
- Naumenkova S.V. (2017). Pidkhody do vyboru instrumentiv zakhystu vid systemnykh ryzykiv [Approaches to choosing tools to protect against systemic risks]. *Finansovo-kredytna dijalnist: problemy teorii ta praktyky* [Financial and credit activities: problems of theory and practice]. 1, 60–70 [in Ukrainian]
15. Науменкова С. В., Міщенко В. І. Поняття системного ризику та підходи до визначення системно значущих банків. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. Львів : НАН України. Ін-т регіональних досліджень 2014. Вип. 1 (105). С. 186–196.
- Naumenkova S.V., Mishchenko V.I. (2014). Ponjattja systemnoho ryzyku ta pidkhody do vyznachennja systemno znachushchykh bankiv [The concept of systemic risk and approaches to the definition of systemically significant banks]. *Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy* [Socio-economic problems of the modern period of Ukraine]. L'viv: NAS of Ukraine. Institute of Regional Studies, 1 (105), 186–196 [in Ukrainian]
16. Науменкова С., Міщенко С. Особливості формування сучасної моделі фінансової системи. *Вісник Національного банку України*. 2006. № 11. С. 26–31.
- Naumenkova S., Mishchenko S. (2006). Osoblyvosti formuvannja suchasnoi modeli finansovoi systemy [Especially the form of the whole model of the financial system]. *Visnyk natsionalnoho banku Ukrainy* [Bulletin of the National Bank of Ukraine]. 11, 26–31 [in Ukrainian]
17. Положення про організацію системи управління ризиками в банках України та банківських групах. Постанова Правління НБУ від 11.06.2018 №64. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0064500-18#Text> (дата звернення: 22.05.2022).
- NBU. (2018). Polozhennja pro orhanizatsiyu systemy upravlinnja ryzykamy v bankakh Ukrainy ta bankivskykh hrupakh. [Regulations on the organization of the risk management system in banks of Ukraine and banking groups]. *Postanova Pravlinnja NBU vid 11.06.2018 №64*. [Resolution of the Board of the NBU of 11.06.2018. №64]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0064500-18#Text> (2022, May, 22) [in Ukrainian]
18. Ряховская А. Н. и др. Современные подходы к управлению устойчивостью бизнеса : монография / под ред. д.э.н., проф. А. Н. Ряховской. Москва : Финансовый университет, 2012. 280 с.
- Rjahovskaja, A.N. et al. (2012). *Sovremennye podhody k upravleniju ustoychivoctu biznesu: monografija* [Modern approaches to the management of the sustainability of the business] Moscow: Financial University [in Russian]
19. Тіщенко Є. Управління операційними ризиками. *Фінансовий простір*. 2017. № 4 (28). С. 91–96.
- Tishchenko E. (2017). Upravlinnja operatsiynomu ryzykamy [Management of operational risks]. *Finansovyj prostir* [Financial space]. 4 (28), 91–96 [in Ukrainian]
20. Шаповал О. А. Система управління ризиком споживчого кредитування. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії*. 2013. № 2 (15). С. 40–50.
- Shapoval O.A. (2013). Systema upravlinnja ryzykamy spozhyvchoho kredytuvannja [Consumer credit risk management system]. *Finansovo-kredytna dijalnist: problemy teorii* [Financial and credit activities: problems of theory]. 2 (15), 40–50 [in Ukrainian]
21. Шульга Н. П. та ін. Інтегрована система управління ризиками банку : монографія / за ред. Н. П. Шульги. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 440 с.
- Shulha N.P. et al. (2018). *Intehrovana systema upravlinnja ryzykamy banku* [Integrated bank risk management system]: monograph; for ed. N.P. Shulga. Kyiv: Kyiv. National. trade.-ekon. un-t [in Ukrainian]
22. European Central Bank Glossary. ECB. 2022. URL: <http://www.ecb.europa.eu/home/glossary> (дата звернення: 09.05.2022).
- ECB. (2022). European Central Bank Glossary. ECB. 2022. Available at: <http://www.ecb.europa.eu/home/glossary> (2022, May, 09)
23. International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards. Basel Committee on Banking Supervision. June 2006. URL: <http://www.bis.org/publ/bcbs128.pdf> (дата звернення: 14.05.2022).
- BCBS. (2006). International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards. Basel Committee on Banking Supervision. June 2006. Available at: <http://www.bis.org/publ/bcbs128.pdf> (2022, May, 14)
24. Mishchenko S., Naumenkova S., Mishchenko V., Dorofeiev D. Innovation risk management in financial institutions. *Investment Management and Financial Innovations*. 2021. Vol. 18. Is. 1. P. 190-202.
- Mishchenko S., Naumenkova S., Mishchenko V., Dorofeiev D. (2021). Innovation risk management in financial institutions. *Investment Management and Financial Innovations*. 18, 1, 190-202.
25. Principles for the Sound Management of Operational Risk. Basel Committee on Banking Supervision. June 2011. URL: <https://www.bis.org/publ/bcbs195.pdf> (дата звернення: 12.05.2022).
- BCBS. (2011). Principles for the Sound Management of Operational Risk. Basel Committee on Banking Supervision. June 2011. Available at: <https://www.bis.org/publ/bcbs195.pdf> (2022, May, 12)



Отримано: 03 травня 2022 р.

Прорецензовано: 03 червня 2022 р.

Прийнято до друку: 07 червня 2022 р.

e-mail: a.semenog@biem.sumdu.edu.ua

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-25(53)-110-116

Семенов А. Ю. Склад та структура фінтех-ландшафту як простору з надання цифрових фінансових послуг. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»* : науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, червень 2022. № 25(53). С. 110–116.

УДК: 336.71

JEL-класифікація: G20, O14, L86

Семенов Андрій Юрійович,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансових технологій і підприємництва
Сумського державного університету

СКЛАД ТА СТРУКТУРА ФІНТЕХ-ЛАНДШАФТУ ЯК ПРОСТОРУ З НАДАННЯ ЦИФРОВИХ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ*

У статті запропоновано авторський підхід та структурно-логічну схему фінтех-ландшафту як простору, на якому в межах системи економічних взаємовідносин працюють фінтех-компанії, які надають цифрові фінансові послуги в межах різних напрямків фінтеху, а також представники фінтеху, які формують фінтех-інфраструктуру. Визначено, що успішність фінтех-ландшафту в країні забезпечується ефективністю взаємодії між фінтех-компаніями з надання цифрових фінансових послуг й представниками фінтех-інфраструктури у формі інноваційного використання сприяючих цифрових технологій. Серед технологій основними є Блокчейн, Штучний інтелект, робототехніка, віртуальна й доповнена реальність, Великі дані та хмарні сховища, Інтернет речей та біометрія, Інтерфейси прикладного програмування.

Ключові слова: фінтех, фінтех-ландшафт, цифрові фінансові послуги, цифровий банкінг, цифрові платіжні послуги, цифрове страхування, цифрове інвестування.

Andrii Semenog,
PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Financial Technologies and Entrepreneurship
Sumy State University

COMPOSITION AND STRUCTURE OF FINTECH LANDSCAPE AS A SPACE FOR DIGITAL FINANCIAL SERVICES PROVISION

The article deals with the author's approach and structural-logical scheme of the fintech landscape as a space in the system of economic relations where fintech companies provide digital financial services within different directions of fintech (digital payment services, digital banking, digital lending, crowdfunding, digital insurance, digital capital management), as well as representatives of fintech, which form fintech infrastructure. The paper also emphasises that fintech infrastructure helps to improve the quality and ensures confidence in digital financial services. It is determined that the success of the fintech landscape in the country is ensured by the effectiveness of interaction between fintech companies providing digital financial services and fintech infrastructure representatives in the form of innovative use of so-called enabling digital technologies. These include Blockchain, Artificial Intelligence, Robotics, Virtual and Augmented Reality, Big Data and Cloud Storage, the Internet of Things and Biometrics, and API. Besides, the paper presents the characteristics of fintech in the field of digital financial services, subtypes of fintech in different sectors of the financial services market and examples of companies engaged in the provision of digital financial services. The infrastructure of the fintech market is analysed in detail. It is determined that fintech infrastructure is provided by two groups of companies: those that promote the quality of digital financial services and those that promote trust. The first group includes fintech companies that provide fintech support (TechSup), digital financial planning and analytics services. The trust sector in digital financial services is represented by fintech companies engaged in digital security services, fintech regulation (RegTech) and fintech supervision (SupTech).

Keywords: fintech, fintech landscape, digital financial services, digital banking, digital payment services, digital insurance, digital investment.

Постановка проблеми. Аналіз, узагальнення і систематизація наукових джерел засвідчує: фінтех поступово стає домінуючою концепцією організації фінансового сектору в цифровій економіці. Його динамічний розвиток сприяє усвідомленню кардинальних змін у формах фінансового бізнесу, сутності й ролі фінансових посередників, способів взаємодії з клієнтами та державними інституціями, створення додаткової цінності для партнерів та економіки в цілому. Спираючись на переваги цифрових технологій

* Роботу виконано в межах науково-дослідної теми «Data-Mining для протидії кібершахрайствам та легалізації кримінальних доходів в умовах цифровізації фінансового сектору економіки України» (номер державної реєстрації 0121U100467).

та мережі інфраструктурних сервісів, фінтех-компанії змінюють традиційні підходи до здійснення грошових переказів, заощаджень, кредитування й інвестування, пропонуючи споживачам широкий спектр цифрових фінансових продуктів і послуг, підривні характеристики яких і виступають основним фактором розвитку фінтех-ландшафту у світі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання функціонування та розвитку фінтеху й відповідної йому інфраструктури знайшли відображення у працях переважно закордонних науковців, серед них Т. Дені (Т. Denu), М. Закарідіс (М. Zachariadis), Д. Кайседо (D. Caicedo), Т. Креддок (Т. Craddock), Р. Куртнейдж (R. Courtneidge), К. Скіннер (K. Skinner), С. Чішті (S. Chishti) та ін. Також активні дослідження ведуться колективами авторів, що представляють Раду з фінансової стабільності, Світовий економічний форум, Світовий банк, компанії Accenture, Ernst&Young, KPMG, PwC та ін. У той же час, незважаючи на наявність значної кількості напрацювань із визначеної тематики, подальшого дослідження потребують питання визначення складових фінтех-ландшафту як системи розбудови сфери фінтеху у світі.

Мета і завдання дослідження: обґрунтувати власний підхід до складових фінтех-ландшафту з урахуванням тенденцій, що спричинені формуванням цифрової економіки.

Виклад основного матеріалу. Попередній аналіз, узагальнення і систематизація наукових джерел засвідчує: різноманіття фінтех-рішень та сервісів, в основі яких активне використання цифрових технологій, формують фінтех-ландшафт (fintech landscape) як спільний і взаємозалежний простір, на якому в межах системи економічних взаємовідносин працюють фінтех-компанії, які надають безпосередньо цифрові фінансові послуги в межах різних напрямків фінтеху (цифрові платіжні послуги, цифровий банкінг, цифрове кредитування, краудфандинг, цифрове страхування, цифрове управління капіталом), а також представники фінтеху, які формують фінтех-інфраструктуру (технологічну та інформаційну надбудову), що сприяє підвищенню якості та забезпеченню довіри до цифрових фінансових послуг.

Ефективність взаємодії між фінтех-компаніями з надання цифрових фінансових послуг й представниками фінтех-інфраструктури в межах фінтех-ландшафту забезпечується інноваціями у використанні так званих *сприяючих цифрових технологій (enabling digital technologies)*, серед яких найбільш впливовими наразі є:

- Блокчейн (активно використовується у сферах платежів та кредитування, децентралізованих фінансів, обігу криптовалют, смарт-контрактів, формування баз даних);
- Штучний інтелект, робототехніка, віртуальна й доповнена реальність (залучається для більш якісної та швидкої оцінки кредитоспроможності клієнтів, ефективного управління фінансовими ризиками; зниження витрат на служби підтримки за рахунок використання сервісів з цифровою взаємодією із клієнтами, чат-ботів, терміналів; в межах розвитку Web 3.0 та метавесвітів доповнена реальність сприяє пошуку нових каналів збуту та гейміфікації фінансових послуг);
- Великі дані та хмарні сховища (дозволяють покращити аналіз та обробку клієнтської поведінки, сприяють формуванню персоналізованих цінових пропозицій під бажання клієнтів, можуть бути додатковим джерелом доходу фінансової установи за рахунок продажу в межах пропозиції окремого продукту стороннім організаціям);
- Інтернет речей та біометрія (спрощують й автоматизують процес збору та обробки клієнтських даних, що дозволяє краще оцінювати поведінку клієнтів);
- Інтерфейси прикладного програмування, мобільні технології (виступають основою для розвитку сфери вбудованих фінансових послуг на платформах електронної комерції, дозволяють створювати омніканальний та легкий доступ до фінансових послуг для клієнтів).

В узагальненому вигляді структурно-логічна схема фінтех-ландшафту представлена на рис. 1.

Так, до галузей, що надають цифрові фінансові послуги, відносимо:

– *Цифрові платіжні послуги (PayTech)* – одна з найбільш динамічних як за обсягами інвестицій, так і за кількістю фінтех-розробок галузь фінтеху. Також, це галузь в якій класичні фінансові установи дуже тісно співпрацюють та конкурують з технологічними компаніями. PayTech галузь об'єднує компанії різних сфер економічної діяльності. Серед них: *мобільні гаманці* (Venmo, Alipay, Paytm, Apple Pay, Google Pay, Visa Checkout), *платформи електронних гаманців* (hyper Wallet, Fundamo, GoNow, Payou, Zenius), *провайдери мобільних платежів та чат-бот платежів* (Square, iZettle, SumUp, Venmo), *провайдери електронних платіжних сервісів* (Stripe, Klarna, Adyen, PayPal), *цифрові валюти* (Bitcoin, Ethereum, zCash), *представники платіжної інфраструктури* (Digital Asset Holdings, SETL, Ripple), *провайдери кредитних та корпоративних карт* (HSBC, Chase, Best Buy, Target), *платіжні асоціації* (Visa, MasterCard, American Express), *еквайєри* (Wells Fargo, FirstData, TD, Moneris), *процесингові компанії* (Chase, Global Payments), *виробники та провайдери платіжних терміналів для торговельних точок* (Ingenico, Verifone, Magtek, Chase, Payfirma). Крім того, існують так звані «*мережі замкнених платежів*», що реалізують взаємодію

між споживачами та продавцями в межах єдиної екосистеми (Amazon Payments, PayPal, Boku, Dwolla, Starbucks) [1, с. 113; 2, с. 157–160; 3].



Рис. Структурно-логічна схема фінтех-ландшафту

Джерело: складено автором.

– *Цифровий банкінг (Digital Banking)* – галузь фінтеху, що охоплює широкий спектр цифрових фінансових послуг з автоматизованої доставки банківських продуктів та послуг клієнтам у межах підходів BaaS, BaaP, White Label Banking [4]. Залежно від обраної фінансовою установою бізнес-моделі цифровий банкінг включає як цифрові фінансові послуги класичних банків в межах власних сервісів *веб-банкінгу, онлайн банкінгу чи мобільного банкінгу*, так і послуги т. зв. «виключно цифрових банків» (*digital only banks*). Серед цифрових банків виділяють: «нові банки» – банки, що мають власну банківську ліцензію та надають повний спектр банківських послуг (Monzo, N26, MyBank, Starling Bank, Revolut); «необанки» – банки, що працюють за ліцензією відомого традиційного банку, надаючи обмежений і водночас більш клієнтоорієнтований спектр фінансових послуг (WeBank, Yolt, Lunarway, Moven, Monobank, Sportbank); «бетабанки» – спільні підприємства або дочірні компанії існуючих банків, які створюються для виходу на нові ринки, пропонуючи обмежений спектр послуг для більш широкої категорії споживачів (AiBank – спільне підприємство між китайським CITIC Bank Corp та пошуковим гігантом Baidu; Simple – партнерство між Bancorp та BBVA) [5].

– *Цифрове кредитування (LendTech)* – галузь фінтеху, що зосереджена на цифрових формах кредитування фізичних осіб чи представників МСБ. До її складу входять: *платформи з онлайн-кредитування* – онлайн-сервіси, що надають «наскрізні» (end-to-end) повністю автоматизовані й безконтактні цифрові продукти з кредитування клієнтів через інтернет-сайт чи мобільний додаток (Capital Float, Konfio, Lidyа, Lulalend, Branch, Tala); *P2P платформи з кредитування* – онлайн-сервіси, що дозволяють фізичним особам без посередництва банків надавати кредит іншим фізичним особам чи представникам МСБ (CreditEase, KwikCash); *партнерські кредитні програм платформи е-комерції* – гібридні кредитні продукти онлайн-магазинів та фінансових установ, в основі яких сила бренду онлайн-магазину, його цифровий канал розповсюдження та база даних про клієнтів (Amazon, Flipkart, Alipay, WeChat); *кредитні маркетплейси* – онлайн-сервіси, що розміщують широкий спектр кредитних продуктів від багатьох фінансових установ на власних веб-платформах, надаючи можливість позичальникам обрати найбільш зручний та доступний з них (Loan Frame, Creditas); *партнерське кредитування у сфері мобільних платежів* – спільні кредитні продукти між провайдером послуг з обігу мобільних грошей та операторів мобільних мереж для користувачів мобільного зв'язку (Koro Koro, Safaricom, Airtel, Jumo) [6, с. 38–39].

– *Краудфандинг (Crowdfunding)* – це галузь фінтеху, що зосереджена на розвитку інтернет-платформ із залучення невеликих сум грошей від великої кількості людей для фінансування різноманітних проектів

та бізнесу [7]. Існують такі типи онлайн сервісів з краудфандингу [8; 9; 10; 12]: *краудфандинг суспільного фінансування (на основі пожертв)* – допомагають фінансувати благодійні кампанії на безповоротній для жертводавців основі (GoGundMe, YouCaring, GiveForward); *краудфандинг на основі винагороди* – передбачають отримання різного рівня «винагороди» (продукт чи послуга залежно від внеску) для користувачів платформи, які фінансують кампанію чи бізнес (Kickstarter, Indiegogo, StartSomegood); *крауд-інвестування (на основі акціонерного капіталу)* – передбачають отримання частки у власності компанії для особи, яка вносить гроші (StartEngine, WeFunder, SeedInvest); *краудлендінг* – пропонують повернення коштів учасникам з наперед встановленою ставкою доходності (LendingClub, Ratesetter Funding Circle).

– *Цифрове страхування (InsurTech)* – це галузь фінтеху, що включає «засновані на інноваціях компанії (часто стартапи), які генерують цінність для клієнтів та / або страхових операторів, вирішуючи проблеми в усьому ланцюжку цінності страхування завдяки залученню технологій, дотримуючись ощадливого та орієнтованого на користувача підходу» [11, с. 8]. До галузі цифрового страхування відносяться [12]: *компанії, що надають весь спектр фінансових послуг* (онлайн та мобільне страхування (ZhongAn), P2P страхування (insPeer), мікро-страхування (BIMA), страхування на вимогу (Sure); *дистриб'ютори страхових послуг* (страхові маркетплейси (PolicyBazaar), цифрові персональні страхові асистенти (Brolly), цифрові брокери (Coverfox), B2B цифрові дистриб'ютори (CoverHound); *компанії, що сприяють розвитку страхування* (фронт-офіс страхування (PremFina), постачальники страхових технологічних рішень (RiskGenius), постачальники технологічних рішень для управління страховими претензіями (RightIndem), компанії з обробки страхових даних (Carpe Data).

– *Цифрове управління капіталом (WealthTech)* – це галузь фінтеху, що об'єднує цифрові рішення та сервіси, спрямовані на вдосконалення сфер управління приватним капіталом та інвестиціями [13]. До галузі цифрового управління відносять: *персоналізовані консультаційні платформи з портфельного менеджменту* – цифрові сервіси, що пропонують персоналізовані поради та контроль за фінансовим станом інвесторів (Grisbee), онлайн та мобільні інструменти для біржового аналізу, прогнозування та оптимізації приватних інвестиційних портфелів (Addepar) [14]; *робоконсультавання* – програмні автоматизовані сервіси, що широко використовують Штучний інтелект та Великі дані для розробки власних біржових алгоритмів, які дозволяють в автоматичному режимі аналізувати портфель заощаджень та інвестицій клієнта і пропонувати його оптимізацію в межах обраного рівня ризику та прибутковості (Wealthfront, Betterment, FutureAdvisor, Personal Capital); *робопенсія* – цифрові сервіси, орієнтовані на краще управління пенсійними накопичувальними рахунками (RobustWealth) [15]; *цифровий брокерський сервіс* – інвестиційні платформи та сервіси, що працюють за принципом «соціальної мережевої торгівлі», дозволяючи роздрібним інвесторам та компаніям отримати доступ до інформації про фондовий ринок та інвестиційні можливості за принципом соціальної мережі. Наприклад, платформи eToro та Robinhood дозволяють користувачам встановлювати контакти між собою, переглядати і копіювати портфелі найбільш успішних інвесторів, щоб повторювати їхні стратегії [16]; *мікроінвестиційні платформи* – мобільні додатки, що акумулюють регулярні та малі за сумами інвестиції клієнтів з метою довгострокового накопичення капіталу. Наприклад, додаток Stash дозволяє почати інвестувати із суми в 5 дол. США.

Інфраструктуру фінтех-ринку, на нашу думку, забезпечують компанії, що працюють за двома напрямками надання цифрових послуг:

1. *Сервіси, що сприяють якості цифрових фінансових послуг.* До них відносять галузі:

– *Фінтех-підтримка (TechSur)* – це галузь фінтех-інфраструктури, що спеціалізується на послугах з розробки та впровадження цифрових програмно-технологічних рішень для компаній, які надають фінансові послуги. Галузь охоплює: *послуги з розробки фінансового ПЗ* (Addepar; UiPath; Alpaca); *послуги з автоматизації та інтеграції фінансових сервісів для компаній* (Riskalyze; WorkFusion; Kasisto); *послуги з розробки автоматизованих банківських систем та банківської архітектури* (Plaid; Tradelt; SynapseFi; Pintec); *послуги фінтех-консультації* (Abelian Partners, Zafin, Abrigo) [17].

– *Цифрове фінансове планування (Digital Financial Planning)* – це галузь фінтех-інфраструктури, що зосереджена на сервісах з *цільового планування та накопичення* (Mint, Ynab, Moneydance, EveryDollar, Personal Capital); *податкового та бюджетного менеджменту* (TurboTax, Quicken, Personal Capital, You Need a Budget, PocketGuard) [18; 19]; *електронної бухгалтерії* (FreshBooks, NetSuite ERP, Tipalty) [20]; *управління відносинами з клієнтами фінансових установ* (Microsoft, Salesforce & Zoho CRM) [21]; *планування ресурсів фінтех-компаній* (Exactly, Prolitus, Pipefy) [22; 23; 24].

– *Цифрова аналітика (Data&Analytics)* – це галузь фінтех-інфраструктури, що пропонує фінансовим компаніям комплексні рішення у сферах використання: *Великих даних та прогностичної аналітики, Штучного інтелекту, Інтелекту-речей, VR-технологій* (DemystData, Flowcast, Peeriq, Quandl, Sensibill, Sift Science, Tala, Kreditech, Intereactive Data) [25].

2. *Сервіси, що сприяють довірі до цифрових фінансових послуг.* До них відносять галузі:

– *Цифрова безпека (Digital Security)* – це галузь фінтех-інфраструктури, що забезпечує цифрові рішення для захисту фінансових даних й операцій клієнтів фінансових установ з метою формування довіри до цифрових фінансових послуг [26; 27]. До цієї галузі входять компанії, що надають послуги з *цифрової ідентифікації, автентифікації та авторизації* (SentLink, Quantexa, ComplyAdvantage, SecureKey, Jumlo); *кіберзахисту фінансових сервісів, додатків та мобільних гаманців* (Beam, Feedzai, Ayasdi) [28]; *систем шифрування фінансових даних* (Townsend [29], Apricorn [30], Precisely [31]); *систем відслідковування аномалій, паттернів поведінки співробітників* (Anodot [32], Altexsoft [33], Amag Technology [34]).

– *Фінтех-регулювання (RegTech)* – це галузь фінтех-інфраструктури, що пропонує цифрові рішення у сферах: *підготовки регуляторної звітності, відстеження нововведень у законодавстві* (Alessa, April Software, 6 clicks); *управління ризиками* (360factors, Albany Group, AlgoDynamix); *оцінки компаній та контрагентів* (Agreement Express, Actimize); *аналізу відповідності фінансових операцій вимогам AML та KYC* (Analyze N Control, Allagma Technologies, Alto) [35].

– *Фінтех-нагляд (SupTech)* – це галузь фінтех-інфраструктури, що використовує цифрові технології з метою покращення наглядової функції регуляторів ринків фінансових послуг через автоматизацію, впорядкування адміністративних та операційних процедур, а також оцифрування даних та робочих інструментів. Мета Фінтех-нагляду – зменшити навантаження на фірми та забезпечити більш активний моніторинг, кращу звітність, нагляд та загальну відповідність фінтех-діяльності вимогам регулятора.

Загалом, виділяють дві сфери SupTech: збір даних (*сервіси по роботі зі звітами, управління даними та віртуальної допомоги*) та аналіз даних (*сервіси з нагляду за ринком, аналізу неправомірної поведінки, мікро- та макропруденційного нагляду*) [36]. Фінтех-нагляд активно застосовується національними регуляторами ринку фінансових послуг, зокрема: Австралійською комісією з цінних паперів та інвестицій, Банком Італії, Центральним банком Філіппін, Центральним банком Австрійської Республіки, Нідерландським банком, Європейською асоціацією з цінних паперів та ринків, Федеральним резервним банком Сан-Франциско, Управлінням з фінансового регулювання і нагляду Великобританії, Грошово-кредитним органом Сінгапуру (MAS) [37].

Висновки. Отже, успішність фінтех-ландшафту в країні забезпечується ефективністю взаємодії між фінтех-компаніями, що надають цифрові фінансові послуги в межах різних напрямків фінтеху (цифрові платіжні послуги, цифровий банкінг, цифрове кредитування, краудфандинг, цифрове страхування, цифрове управління капіталом) й представниками фінтех-інфраструктури у формі інноваційного використання сприяючих цифрових технологій, серед яких основними є Блокчейн, Штучний інтелект, робототехніка, віртуальна й доповнена реальність, Великі дані та хмарні сховища, Інтернет речей та біометрія, Інтерфейси прикладного програмування.

Література:

1. Скіннер К. Людина цифрова: Четверта революція в історії людства, яка торкнеться кожного / пер. Г. Якубовська. Ранок. 2020. Оригінал опубліковано 2018 р.
Skinner, K. (2020). Liudyna tsyfrova: Chetverta revolutsiia v istorii liudstva, yaka torknetsia kozhnoho [The digital man: The fourth revolution in human history that will affect everyone]. Ranok. [in Ukrainian]
2. Дени Т. Платежные решения, включая Apple Pay. У *Финтех: Путеводитель по новейшим финансовым технологиям*. 2017. С. 157–160. Альпина Паблишер.
Deny, T. (2017). Platezhnye resheniya, vkluchaia Apple Pay. U Fyntekh: Putevodytel po noveishym fynansovum tekhnolohiyam [Payment solutions, including Apple Pay. U Fintech: A Guide to the Latest Financial Technologies]. Alpyna Pablysher. [in Ukrainian]
3. Chishti, S., Craddock, T., Courtneidge, R., & Zachariadis, M. (2020). *The paytech book: The payment technology handbook for investors, entrepreneurs and fintech visionaries*. Wiley.
Chishti, S., Craddock, T., Courtneidge, R., & Zachariadis, M. (2020). *The paytech book: The payment technology handbook for investors, entrepreneurs and fintech visionaries*. Wiley. [in English]
4. Sharma, G. (2017). What is digital banking? *Venture Skies*. <https://www.ventureskies.com/blog/digital-banking>.
Sharma, G. (2017). What is digital banking? *Venture Skies*. <https://www.ventureskies.com/blog/digital-banking>. [in English]
5. Caicedo, D. (2019). The types of digital banks and what they mean for business. *Business.com*. <https://www.business.com/articles/types-digital-banks/>.
Caicedo, D. (2019). The types of digital banks and what they mean for business. *Business.com*. <https://www.business.com/articles/types-digital-banks/>. [in English]
6. Stewart, A., Yaworsky, K., & Lamont, P. (2018). *Demystifying digital lending*. Accion Insights.
Stewart, A., Yaworsky, K., & Lamont, P. (2018). *Demystifying digital lending*. Accion Insights. [in English]
7. *Crowdfunding explained*. European Commission. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/crowdfunding-guide/what-is/explained_en.

- Crowdfunding explained*. European Commission. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/crowdfunding-guide/what-is/explained_en. [in English]
8. Johnson, S. (2020). Need funds for your business? Here's what you should know about crowdfunding. *Business News Daily*. <https://www.businessnewsdaily.com/4134-what-is-crowdfunding.html>.
- Johnson, S. (2020). Need funds for your business? Here's what you should know about crowdfunding. *Business News Daily*. <https://www.businessnewsdaily.com/4134-what-is-crowdfunding.html>. [in English]
9. Top 10 equity crowdfunding sites – 2020. (2020, 13 вересня). *Crowdwise*. <https://crowdwise.org/funding-portals/top-10-equity-crowdfunding-sites-2020/>.
- Top 10 equity crowdfunding sites – 2020. (2020, 13 вересня). *Crowdwise*. <https://crowdwise.org/funding-portals/top-10-equity-crowdfunding-sites-2020/>. [in English]
10. Bone, J., & Baeck, P. (2016). *Crowdfunding good causes: Opportunities and challenges for charities, community groups and social entrepreneurs*. Nesta. <https://europa.eu/capacity4dev/file/30333/download?token=0CkOHjry>.
- Bone, J., & Baeck, P. (2016). *Crowdfunding good causes: Opportunities and challenges for charities, community groups and social entrepreneurs*. Nesta. <https://europa.eu/capacity4dev/file/30333/download?token=0CkOHjry>. [in English]
11. Anderson, N., Chishti, S., VanderLinden, S. L. B., & Millie, S. M. (2018). *INSURTECH book: The insurance technology handbook for investors, entrepreneurs and fintech visionaries*. Wiley & Sons, Incorporated, John.
- Anderson, N., Chishti, S., VanderLinden, S. L. B., & Millie, S. M. (2018). *INSURTECH book: The insurance technology handbook for investors, entrepreneurs and fintech visionaries*. Wiley & Sons, Incorporated, John. [in English]
12. *World Insuretech report 2018*. (2018). Capgemini. https://www.grupoaseguranza.com/adjuntos/fichero_27428_20181004.pdf.
- World Insuretech report 2018*. (2018). Capgemini. https://www.grupoaseguranza.com/adjuntos/fichero_27428_20181004.pdf. [in English]
13. Jones, A. (2019). Wealthtech: A game changer for wealth management. *International Banker*. <https://internationalbanker.com/brokerage/wealthtech-a-game-changer-for-wealth-management/>.
- Jones, A. (2019). Wealthtech: A game changer for wealth management. *International Banker*. <https://internationalbanker.com/brokerage/wealthtech-a-game-changer-for-wealth-management/>. [in English]
14. *What is wealthtech?* (2017). BBVA. <https://www.bbva.com/en/what-is-wealthtech/>.
- What is wealthtech?* (2017). BBVA. <https://www.bbva.com/en/what-is-wealthtech/>. [in English]
15. Băluț, Ș. A. (2020). WealthTech: Digital trends in wealth management. *Medium*. <https://medium.com/zoidcoin-network>.
- Băluț, Ș. A. (2020). WealthTech: Digital trends in wealth management. *Medium*. <https://medium.com/zoidcoin-network>. [in English]
16. Cheng, M. (2019). The future of wealthtech. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/margueritacheng/2019/02/19/the-future-of-wealthtech/?sh=3163c5da35e6>.
- Cheng, M. (2019). The future of wealthtech. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/margueritacheng/2019/02/19/the-future-of-wealthtech/?sh=3163c5da35e6>. [in English]
17. Elice, E. (2020). Top fintech consulting companies 2020. *Medium.com (CFO Tech Outlook)*. <https://medium.com/technology-innovations-insights/top-fintech-consulting-companies-2020-56673f7c46e2>.
- Elice, E. (2020). Top fintech consulting companies 2020. *Medium.com (CFO Tech Outlook)*. <https://medium.com/technology-innovations-insights/top-fintech-consulting-companies-2020-56673f7c46e2>. [in English]
18. Irby, L. (2020). *The 8 best personal finance software options of 2020*. Thebalance.com. <https://www.thebalance.com/best-personal-finance-software-4171938>.
- Irby, L. (2020). *The 8 best personal finance software options of 2020*. Thebalance.com. <https://www.thebalance.com/best-personal-finance-software-4171938>. [in English]
19. Rakoczy, C. (2020). *The 8 best budgeting software of 2020*. investopedia.com. <https://www.investopedia.com/personal-finance/best-budgeting-software/>.
- Rakoczy, C. (2020). *The 8 best budgeting software of 2020*. investopedia.com. <https://www.investopedia.com/personal-finance/best-budgeting-software/>. [in English]
20. *15 best accounting software systems for your business*. Financesonline.com. <https://financesonline.com/15-best-accounting-software-systems-business/>.
- 15 best accounting software systems for your business*. Financesonline.com. <https://financesonline.com/15-best-accounting-software-systems-business/>. [in English]
21. Sourin, P. (2015). *Role of A futuristic CRM in revolutionising fintech*. Clouttweaks.com. <https://clouttweaks.com/2015/10/futuristic-crm-revolutionizing-fintech/>.
- Sourin, P. (2015). *Role of A futuristic CRM in revolutionising fintech*. Clouttweaks.com. <https://clouttweaks.com/2015/10/futuristic-crm-revolutionizing-fintech/>. [in English]
22. Quirk, E. (2019). The intersection of ERP and fintech. *ERP Solutions Review*. <https://solutionsreview.com/enterprise-resource-planning/the-intersection-of-erp-and-fintech/>.
- Quirk, E. (2019). The intersection of ERP and fintech. *ERP Solutions Review*. <https://solutionsreview.com/enterprise-resource-planning/the-intersection-of-erp-and-fintech/>. [in English]
23. *What's the future of ERP software in a fintech niche?* (2020). Pipefy.com. <https://www.pipefy.com/blog/whats-the-future-of-erp-software-fintech-niche/?blog=new>.

What's the future of ERP software in a fintech niche? (2020). Pipefy.com. <https://www.pipefy.com/blog/whats-the-future-erp-software-fintech-niche/?blog=new>. [in English]

24 *The growth of ERP's role in the fintech industry*. Exactly.com. <https://www.exactly.com/blog/index.php/growth-of-erps-role-in-fintech-industry/>.

The growth of ERP's role in the fintech industry. Exactly.com. <https://www.exactly.com/blog/index.php/growth-of-erps-role-in-fintech-industry/>. [in English]

25. Schroer, A. (2019). The numbers add up: Big data's outsized role in finance. *Builtin*. <https://builtin.com/big-data/big-data-finance-banking-applications>.

Schroer, A. (2019). The numbers add up: Big data's outsized role in finance. *Builtin*. <https://builtin.com/big-data/big-data-finance-banking-applications>. [in English]

26. Doyle, S. (2020). The Great Reset requires FinTechs – and FinTechs require a common approach to cybersecurity. *World Economic Forum*. <https://www.weforum.org/agenda/2020/07/great-reset-fintech-financial-technology-cybersecurity-controls-cyber-resilience-businesses-consumers/>.

Doyle, S. (2020). The Great Reset requires FinTechs – and FinTechs require a common approach to cybersecurity. *World Economic Forum*. <https://www.weforum.org/agenda/2020/07/great-reset-fintech-financial-technology-cybersecurity-controls-cyber-resilience-businesses-consumers/>. [in English]

27. Muhn, J. (2020). Cybersecurity: The hidden risks of fintech services. *Finavate Blog*. <https://finovate.com/cybersecurity-the-hidden-risks-of-fintech-services/>.

Muhn, J. (2020). Cybersecurity: The hidden risks of fintech services. *Finavate Blog*. <https://finovate.com/cybersecurity-the-hidden-risks-of-fintech-services/>. [in English]

28. *Map: Fintech landscape*. (2017). www.fintechfutures.com. <https://www.fintechfutures.com/2017/10/map-fintech-landscape/>.

Map: Fintech landscape. (2017). www.fintechfutures.com. <https://www.fintechfutures.com/2017/10/map-fintech-landscape/>. [in English]

29. *Townsend security*. <https://www.townsendsecurity.com/>.

Townsend security. <https://www.townsendsecurity.com/>. [in English]

30. *Data encryption in finance*. <https://apricorn.com/>.

Data encryption in finance. <https://apricorn.com/>. [in English]

31. *Why data encryption is critical to fintech*. <https://www.precisely.com/>.

Why data encryption is critical to fintech. <https://www.precisely.com/>. [in English]

32. *Anodot*. <https://www.anodot.com/>.

Anodot. <https://www.anodot.com/>. [in English]

33. *Fraud detection: How machine learning systems help reveal scams in fintech, healthcare, and ecommerce*. www.altexsoft.com. <https://www.altexsoft.com/whitepapers/fraud-detection-how-machine-learning-systems-help-reveal-scams-in-fintech-healthcare-and-ecommerce/>.

Fraud detection: How machine learning systems help reveal scams in fintech, healthcare, and ecommerce. www.altexsoft.com. <https://www.altexsoft.com/whitepapers/fraud-detection-how-machine-learning-systems-help-reveal-scams-in-fintech-healthcare-and-ecommerce/>. [in English]

34. *Using existing data to detect anomalous behavior*. www.amag.com.

Using existing data to detect anomalous behavior. www.amag.com. [in English]

35. *RegTech Universe 2020: Take a closer look at who is orbiting in the RegTech space*. (2020). <https://www2.deloitte.com/>.

RegTech Universe 2020: Take a closer look at who is orbiting in the RegTech space. (2020). <https://www2.deloitte.com/>. [in English]

36. *What is Suptech? An overview of this rapidly growing space*. (2019). *Fintechnews Switzerland*. <https://fintechnews.ch/regtech/what-is-suptech-an-overview/31289/>.

What is suptech? An overview of this rapidly growing space. (2019). *Fintechnews Switzerland*. <https://fintechnews.ch/regtech/what-is-suptech-an-overview/31289/>. [in English]

37. Ehrentraud, J., Ocampo, D. G., & Vega, C. Q. (2020). Regulating fintech financing: Digital banks and fintech platforms. *FSI Insights on Policy Implementation No 27, 27*, 1–35. <https://www.bis.org/fsi/publ/insights27.pdf>.

Ehrentraud, J., Ocampo, D. G., & Vega, C. Q. (2020). Regulating fintech financing: Digital banks and fintech platforms. *FSI Insights on Policy Implementation No 27, 27*, 1–35. <https://www.bis.org/fsi/publ/insights27.pdf>. [in English]

**ОБЛІК,
АНАЛІЗ ТА АУДИТ**



Отримано: 27 травня 2022 р.

Прорецензовано: 12 червня 2022 р.

Прийнято до друку: 14 червня 2022 р.

e-mail: svitlana.khoma@nung.edu.ua

DOI: 10.25264/2311-5149-2022-25(53)-118-124

Хома С. В., Долішня Т. І. Особливості оподаткування в умовах дії воєнного стану. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: науковий журнал. Острог: Вид-во НаУОА, червень 2022. № 25(53). С. 118–124.

УДК: 336.226

JEL-класифікація: H 25

ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0002-9557-607>ORCID-ідентифікатор: <https://orcid.org/0000-0003-0972-4219>**Хома Світлана Василівна,**

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку та оподаткування
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Долішня Тетяна Іванівна,

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку та оподаткування
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ В УМОВАХ ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ

У статті проаналізовано податкові зміни в законодавстві України та визначено податкові наслідки для платників податків. Проведено аналіз механізму справляння податку з продажу, податку з обороту та податку на додану вартість. Обґрунтовано універсальність діючої моделі оподаткування в Україні – поєднання застосування ПДВ і податку з обороту для суб'єктів підприємництва. Розкрито питання адміністрування ПДВ, його вдосконалення. Розроблено пропозиції щодо механізму оподаткування єдиним податком після відміни воєнного стану. Визначено перспективи подальших досліджень.

Ключові слова: оподаткування, податок, адміністрування податків, податок на додану вартість, податок з продажу, податок з обороту.

Svitlana Khoma,

PhD, Associate Professor, Department of Accounting and Taxation,
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

Tetiana Dolishnia,

PhD, Associate Professor, Department of Accounting and Taxation,
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

FEATURES OF TAXATION DURING MARTIAL LAW

To liberalise taxation and support business during martial law, the government introduced a 2% rate on turnover instead of VAT and income tax. The calculations confirm the planned reductions in budget revenues as a result of changes in the tax system; these reductions are not likely to be temporary. The changes introduced by the government are not a tax reform, but a need to support taxpayers during the Russian Federation's aggression. In such a difficult economic environment for domestic enterprises, it is relevant to study advantages and disadvantages of a new tax policy, which may (or may not) be pursued even after the repeal of martial law.

The analysis of the economic nature of universal excise taxes or, as they are also called, consumption taxes (value-added tax, turnover tax, sales tax), proved that the most transparent administration and accrual are characteristic of the retail sales tax. It was studied that when levying a retail sales tax, it was difficult to identify the end-user. The disadvantage is that the state budget receives money once at the stage of the commodity last sale. A value-added tax would optimally balance budget revenues. However, the VAT mechanism is considered by most experts to be extremely corrupt due to the end-to-end control by government agencies over the actual payment of VAT, resulting in the embezzlement of public funds. Among the radical options for VAT reform, the proposal to replace VAT with a turnover tax is often considered. We fully support the generalization that the tax pyramiding of the accrual of turnover tax is a prerequisite for abandoning it all the same in favour of value added tax. Moreover, it is impossible to integrate the Ukrainian tax system into the European one without VAT. At the same time, EU tax legislation provides for simplified VAT procedures as flat-rate schemes, which is implemented in domestic practice in the form of a flat tax mechanism. Based on this study, it can be argued that the current taxation model in Ukraine is universal, namely, a combination of VAT and turnover tax application for business entities. The main objective shall be further improvement of these payments and their administration.

Keywords: Taxation, VAT, Sales Tax, Turnover Tax.

Постановка проблеми. Податкове законодавство періодично зазнає істотних змін, а його поточне вдосконалення є постійним процесом. Зміни податкових умов ведення бізнесу закріплюються законо-

давчими актами, що регулюють підприємницьку діяльність. Вони мають як позитивний, так і негативний вплив на розвиток підприємницької діяльності. Зокрема, позитивний вплив має вдосконалення адміністрування податків шляхом впровадження доступних електронних сервісів податкових органів, що дає змогу заощадити час платників податків. Водночас, зміна строку сплати податку не обґрунтована поточними потребами економіки, чим забирають час у платників податків на адаптацію до них. На жаль, не всі імplementовані податкові правки створюють комфортне середовище для провадження господарської діяльності юридичними та фізичними особами. Це обумовлює важливість досліджень питань оподаткування та актуалізує їх.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різноманітні аспекти податку на додану вартість (ПДВ) досліджувалися багатьма науковцями. Зокрема, підходи до реформування ПДВ розглядали А. М. Соколовська та Л. Б. Райнова [15], ефективність функціонування системи електронного адміністрування ПДВ в Україні вивчали Н. Г. Синютка, О. Б. Курило, О. Я. Побурко [13], О. В. Каховська [7].

Пошуку нових напрямків у адмініструванні податку на додану вартість, посиленні його фіскальної ефективності та регуляторної функції, аналізу зарубіжного досвіду та успішним практикам оподаткування доданої вартості присвячені праці українських науковців Т. В. Бутенко [1], А. М. Кулик [8], О. Откаленко [9].

Мета і завдання дослідження: розглянути особливості змін в оподаткуванні, спрямованих на підтримку бізнесу в умовах дії воєнного стану та дослідити доцільність застосування нових податкових правил після його скасування.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні в Україні сформована система податків повністю відповідає європейським стандартам і має всі класичні бюджетотворюючі податки, які діють в усьому цивілізованому світі, з конкурентними ставками оподаткування. Рівень податкових надходжень реалізується економічною та соціальною політикою держави.

Співвідношення вилучення коштів з економіки до державного бюджету України як частини валового внутрішнього продукту останні роки досить стабільне і становить 20,3 % у 2020 р. та 2021 р. (податкові надходження: 2021 р. – 1 107 090,9 млн грн, 2020 р. – 851 115,6 млн грн; номінальний ВВП: 2021 р. – 5 459 574,0 млн грн, 2020 р. – 4 194 102,0 млн грн).

Відзначимо, що середнє значення наведеного показника у країнах із високорозвинутою економікою становило 32,84 %. Як зазначає М. Пасічний, «значного деструктивного впливу на економіку фактор збільшення (очевидно, і зменшення – прим. авт.) рівня податкового навантаження у ВВП не чинить. Водночас, у розрізі структури оподаткування негативний вплив на темпи росту реального ВВП здійснюють податки на капітал, далі слідує податки на працю, нейтральними є податки на споживання» [10].

Проте сьогоднішні складні економічні реалії в умовах війни вимагають активізувати мобілізацію фінансових ресурсів за рахунок підвищення фіскальної ефективності наявних податків.

З метою податкової лібералізації та підтримки бізнесу в період воєнного стану запроваджено 2 %-у ставку від обороту замість ПДВ та податку на прибуток для компаній з оборотом до 10 млрд грн [4]; пізніше це обмеження було скасовано [5]. Такі зміни викликали гостру дискусію серед фахівців про *ефективність кардинальних змін у податковій системі*. Ми вважаємо, що насправді це не зміна в оподаткуванні ПДВ чи податком на прибуток, це розширення сфери застосування особливостей спрощеної системи оподаткування.

За офіційними даними ДПС України [2] станом на 30 березня 2022 р. особливий спосіб оподаткування обрали 148 499 суб'єктів господарювання, з них – 29 585 юридичних осіб та 118 914 фізичних осіб – підприємців. Серед компаній, що обрали єдиний податок третьої групи зі ставкою 2 % доходу, такі відомі бренди та визначальні бізнес-групи:

- ІТ-сфери: ТОВ «ГУД.НЕТ», ТОВ «МетінвестДіджитал», Підприємство «Амадеус Україна»;
- Агростачальники: ТОВ «Полетехніка», ПРАТ «Галнафтохім»;
- Торгові мережі: ТОВ «Епіцетр К», ТОВ «ЮСК Україна», ТОВ «ЛУЇ ВЮІТТОН Україна», ППТФ «Антошка», ТОВ «Нова Лінія 1»;
- Дорожньо-будівельні компанії: ТОВ «РДС», ПП «Автомагістраль»;
- Виробники: ТОВ «Ретал Дніпро», ТОВ «ПКПФ-Україна», ТОВ «Т-Стиль».

На перший погляд можна припустити, що зменшення податкового тиску на підприємства, що обрали спрощену систему оподаткування, розширить податкову базу і спричинить збільшення надходжень у перспективі. Адже з теоретичної точки зору, згідно з кривою Лаффера, рівень податкових доходів бюджету може бути однаковим при різних податкових ставках (високих і низьких).

Складно стверджувати, що зниження ставки саме єдиного податку з рівня 5 % до 2 % забезпечить вихід з тіньової економіки частини бізнесу і водночас зростання податкових доходів держави. Проведені

розрахунки в табл. 1 підтверджують швидше за все скорочення обсягу бюджетних доходів і це скорочення може бути не тимчасовим.

Таблиця 1

Надходження і витрачання грошових коштів за даними Звіту про рух грошових коштів, тис. грн

Назва підприємства	Надходження від покупців і замовників, зокрема надходження авансів	Витрачання на оплату зобов'язань з		Сума альтернативного єдиного податку 2 %
		податку на прибуток	ПДВ	
ПАТ «Галнафтохім»	1 451 902	–	45 625	31 197
ПАТ «Івано-Франківський арматурний завод»	35 028	–	1 151	701
ПАТ «Хутрофірма «Тисмениця»	6 976	1	381	140
ПАТ «Городенківський сирзавод»	197 176	237	15 365	3 944
ПАТ «Івано-Франківське спеціалізоване управління механізації будівництва»	5232	1	447	105
Приватне Івано-Франківське обласне акціонерне товариство по туризму та екскурсіях «Івано-Франківськтурист»	17725	121	859	355

Джерело: розроблено авторами на основі джерел [6].

Однозначним є те, що впроваджені урядом зміни є не податковою реформою, а необхідністю підтримати платників податків на час агресії російської федерації.

Разом з тим, за таких складних економічних умов функціонування вітчизняних підприємств доцільно дослідити переваги та недоліки нової податкової політики, яку можна (або ні) провадити і після відміни воєнного стану.

Механізм сплати єдиного податку підприємствами, що обрали спрощену систему оподаткування, відповідає порядку справляння податку з обороту, який є одним із видів універсальних акцизів або, як їх ще називають, податків на споживання. Окрім податку з обороту формами універсальних акцизів, є податок з продажу і податок на додану вартість. Перевагою податку з обороту та податку з продажу у порівнянні з ПДВ є можливість використання універсальних ставок та простота контролю за надходженням до державного бюджету. Незважаючи на простоту оподаткування, податок з продажу або податок з обороту застосовується тільки в деяких країнах світу, таких як Канада, США, Японія.

Досить часто податок з обороту ототожнюють із податком із продажу. Однак ці платежі мають суттєву відмінність. Податок із продажу справляється на етапі продажу товару кінцевому споживачу, тоді як податок з обороту обчислюється на кожному етапі реалізації. Базою оподаткування в обох випадках є ціна продажу без суми податку.

Аналізуючи економічну сутність кожного з цих трьох податків на споживання, можна стверджувати, що найпрозоріше адміністрування та нарахування характерне для податку з роздрібних продажів.

При справлянні податку з роздрібною продажу основний акцент робиться на встановленні кінцевого споживача. Зокрема, необхідним є чітке виокремлення серед покупців тих суб'єктів господарювання, які виступають саме кінцевим споживачем. Адже, по-перше, не завжди роздрібний продаж є остаточним у ланцюгу обігу товару. Наприклад, продаж палива на автозаправці може бути здійснено як для фізичних осіб – громадян, так і для суб'єктів підприємницької діяльності. По-друге, не завжди оптовий продаж є проміжним у ланцюгу обігу товару. Наприклад, продаж певного виду товару суб'єктам бізнесу може бути здійснено як для подальшого виробництва чи перепродажу, так і для їхнього власного споживання.

Податкова практика США передбачає використання свідоцтва про звільнення від податку з продажів. Відповідно, відсутність такого сертифікату є підставою для включення податку з продажу у ціну товару [11].

Адміністрування цього виду податку на споживання може бути, з одного боку, складним через застосування податкових пільг, ризик подвійного оподаткування, зростання обсягів інтернет-продаж, з іншого боку, його простоту визначає проведення контролю за повнотою нарахування суми податкового зобов'язання один єдиний раз на етапі останньої реалізації товару. Водночас, цю перевагу можна розглядати як і недолік, адже протягом усього виробничо-збутового процесу грошові кошти до державного бюджету не надходять.

Оптимально збалансовує дохідність бюджету податок на додану вартість. Його особливістю є вилучення до бюджету частини доданої вартості, створеної на кожній окремому етапі виробництва та обігу товарів, робіт, послуг.

Можливі надходження до бюджету від ПДВ та податку з роздрібних продажів є майже однаковими. Однак, поступове наповнення державної казни податком на додану вартість на кожній стадії переміщення товару від первинного виробника до кінцевого споживача зменшує ризики втрати від ухилення його сплати у порівнянні із втратами бюджету у випадку умисної несплати податку з продажів роздрібним продавцем.

Зазначене є підставою стверджувати, що дохідність бюджету забезпечує у більшій мірі запровадження ПДВ, ніж роздрібного податку. Разом з тим, механізм стягнення ПДВ більшістю фахівців вважається надзвичайно корумпованим через відсутність наскрізного контролю державними органами за фактичною сплатою ПДВ, що призводить до розкрадання бюджетних коштів.

Боротьба із шахрайством при бюджетному відшкодуванні ПДВ, вимушена надмірна увага податкових органів до законності сформованого податкового кредиту з ПДВ провокує спроби провести революційну реформу в непрямому оподаткуванні. Серед радикальних варіантів реформування ПДВ часто розглядають пропозицію його заміни на оподаткування податком з обороту.

Проблемою класичного податку з обороту було і залишається те, що принцип його функціонування передбачає стягнення податку при кожній операції купівлі-продажу в багатоступінчастому виробничому ланцюжку. Однак, на відміну від ПДВ, який стягується лише з обсягу тієї вартості, що додана до товарів на кожній із стадій виробництва, податком з обороту оподатковується повна сума операції купівлі-продажу без права на відшкодування сум цього податку, сплаченого в сумі своїх закупівель. Його можна прирівняти до ПДВ тільки без ПДВ-кредиту.

Оскільки сума сплаченого податку постачальнику у ціні придбаної сировини не відшкодовується, а значить входить у собівартість виробництва, а відтак, підлягає подвійному оподаткуванню при встановленні ціни продажу у наступному обороті цього товару, податок з обороту завжди має кумулятивний ефект. Таким чином, чим складніша продукція, чим більше оборотів, тим більше податку на податок буде в ціні кінцевої продукції.

З метою зниження податкового навантаження ставка податку з обороту очевидно не може бути на рівні податку на додану вартість. Визначити дохідність податку є вкрай складно. Адже, якщо при плануванні надходжень від ПДВ можна враховувати планові обсяги ВВП (тобто планову додану вартість), то спрогнозувати кількість оборотів одного і того ж товару неможливо. А відтак, встановити ефективну ставку податку, яка б забезпечувала податкові доходи на рівні діючого ПДВ-законодавства з мінімальним тиском на бізнес, є вельми непросто.

Слід додати, що в 2013 р. таки були спроби провести реформування податкової системи. Міністерством доходів у липні 2013 р. на офіційному порталі було оприлюднено проект Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо подальшого удосконалення оподаткування податком на додану вартість», у якому пропонувалося зниження базової ставки податку з 20 % до 9 % із одночасним запровадженням податку з обороту, ставка якого мала скласти 2 % для імпортерів і бізнесу усередині країни, а також 1 % для експортерів. Незважаючи на те, що зміни були визнані неефективними, такий підхід нам представляється більш конструктивним, оскільки дозволяє не скасовувати діючі правила оподаткування, а працювати над їх удосконаленням.

Цілком поділяємо узагальнення, що каскадний характер нарахування податку з обороту є причиною відмови від нього на користь податку на додану вартість. Адже, чим складніша продукція та чим більше розвивається спеціалізація виробництва, тим більше оборотів та перетворень відбувається з одним і тим же товаром, який покращує свої властивості, а значить тим більше податкове навантаження на його кінцевого споживача.

Крім того, існує ряд очевидних причин, через які заміна ПДВ іншим податком неможлива. Насамперед, слід прийняти до уваги суми надходжень від ПДВ з імпортних операцій.

Автори доповіді Українського Інституту Майбутнього «Податок з продажів, як альтернатива з ПДВ» зазначають: «ПДВ більшою мірою є податком на імпорт в Україну, а не податком на споживання, як прийнято вважати... Очевидно, що держава зацікавлена у ПДВ, щоб отримувати більше доходів, але отримати їх вона здатна тільки з імпорту» [3]. Це підтверджують дані Міністерства фінансів України: частка ПДВ з вітчизняних товарів (з урахуванням бюджетного відшкодування) у загальних доходах державного бюджету становила 12,01 %, 11,76 %; водночас частка ПДВ з імпортних товарів – 29,36 %, 25,47 % відповідно в 2021 р. та 2020 р. Однак, слід звернути увагу, що для розрахунку суми надходжень від ПДВ з вітчизняних товарів зменшують на суму відшкодування, виплачену платникам податків у грошовій формі (159 701,1 млн грн та 143 108,6 млн грн відповідно в 2021 р. та 2020 р.). Відтак, частка податкових надходжень від сплати ПДВ з вироблених в Україні товарів у структурі бюджетних доходів (без вирахування ПДВ-відшкодування) становить 24,33 % та 25,05 % відповідно в 2021 р. та 2020 р. Беззаперечно,

скориговані розрахунки не применшують ефективності частки імпорту у бюджетних доходах та мають бути визначальними при перегляді ставок ПДВ.

Наступним, ще більш важливим аспектом, який не дозволяє відмовитися від ПДВ, є прагнення України стати країною-членом ЄС. Як відомо, в ЄС ні податку з обороту, ні роздрібного податку з продаж не існує, відповідно інтегрувати українську податкову систему у європейську без ПДВ неможливо.

Водночас Директивою Ради 2006/112/ЄС від 28 листопада 2006 р. «Про спільну систему податку на додану вартість» для малих підприємств з огляду на види діяльності або структуру таких підприємств передбачено застосування спрощених процедур нарахування ПДВ у вигляді схем фіксованих ставок, за умови, що вони не призведуть до зменшення ПДВ.

Механізм застосування фіксованих ставок може передбачати оподаткування доходів податком з обороту, який представлений у вітчизняному законодавстві єдиним податком для спрощеної системи оподаткування.

Таким чином, результат дослідження зводиться до висновку, що діюча модель оподаткування в Україні є універсальною – поєднання застосування ПДВ і податку з обороту для суб'єктів підприємництва. Головною метою має бути подальше удосконалення цих платежів, їх адміністрування.

Доречно відзначити, що з метою вдосконалення системи ПДВ, а також подолання недоліків і труднощів, пов'язаних із нарахуванням та стягуванням цього податку, урядом постійно вживаються заходи, спрямовані на спрощення системи ПДВ. Недоліки, заявлені аналітиками, через складність адміністрування та шахрайство у сфері ПДВ частково вдалося знівелювати впровадженням у 2015 р. новітньої системи електронного адміністрування (СЕА) ПДВ. Це нововведення спричинило суб'єктам господарювання низку незручностей. Найбільшої критики зазнали депонування / «заморожування» оборотних коштів на електронних ПДВ-рахунках та процедура блокування податкових накладних, які становили ризик здійснення операцій, що могли слугувати мінімізації податкових платежів [7].

Для об'єктивності зазначимо, що Державна податкова служба постійно досліджує проблемні питання та вдосконалює систему. Зокрема, з лютого 2020 р. працює оновлена СМКОР – система автоматизованого моніторингу відповідності податкових накладних критеріям оцінки ступеня ризику. (Система СМКОР була введена в дію з 1 липня 2017 р., через труднощі у застосуванні її робота була законодавчо призупинена з 1 січня 2018 р.). Можна констатувати, що в останні роки результатом СЕА ПДВ стало зростання фіскальної ефективності та продуктивності ПДВ з одночасним спрощенням його адміністрування.

І хоча практичне застосування СЕА все ще зумовлює подекуди значні труднощі, автори системного звіту «Адміністрування податків, які сплачує бізнес», підготовленого в серпні 2020 р., пропонують «... більш детально та глибоко аналізувати результати використання цього інструменту в Україні, і робити обґрунтовані висновки з приводу того, чи переважають надані цим інструментом переваги над спричиненими ним незручностями» [14]. Відтак, цілком погоджуємося із результатами досліджень експертів, які вважають, «...що запровадження СЕА ПДВ слід оцінювати, як ефективний інструмент детінізації у податковій сфері» [12], і доцільно шукати шляхи її удосконалення [15; 9; 13].

Зміни до порядку справляння податку з обороту реалізуються змінами в податковій системі, спрямованими на підтримку бізнесу та громадян в умовах дії воєнного стану. При цьому, на перший погляд, основний акцент змін робиться на заміні сплати ПДВ сплатою податку з обороту. Скасування обмежень в обсягах доходів, що надають право перейти на спрощену систему оподаткування, спонукають до думки про цілковиту заміну ПДВ на податок з обороту, названого єдиним податком, для усіх господарюючих суб'єктів. Винятковими обмеженнями є заборонені види діяльності, які, на думку законотворців, не можуть надавати права на пільги в оподаткуванні. Оскільки норми Директиви Ради 2006/112/ЄС поширюються тільки на малі підприємства, вважаємо за доцільне встановити обмеження за доходом для суб'єктів господарювання, які можуть застосовувати спрощену систему оподаткування після скасування дії воєнного стану. При цьому граничний обсяг реалізації може бути встановлений на рівні не більше 10 млн євро, що відповідає доходному критерію віднесення суб'єктів підприємницької діяльності до малого підприємства згідно з Господарським Кодексом України.

Також потребує економічного обґрунтування зниження ставки єдиного податку з 5 % до 2 %. Як зазначалося у розрахунках, наведених у табл. 1, очікувані надходження від платників єдиного податку в умовах дії воєнного стану в Україні будуть значно меншими від потреб для фінансування видатків уряду. Для запобігання втрати фінансового ресурсу державного бюджету виправдано є додатково запровадити місцеву ставку податку з обороту для потреб місцевого бюджету, що стимулюватиме місцеві органи влади до перевірки повноти нарахування та своєчасності сплати на місцях. Рівень ставки має залежати від виду діяльності.

Перспективами подальших досліджень має бути вдосконалення адміністрування податку на додану вартість та інших платежів, зокрема економічне обґрунтування ставок.

Висновки. У дослідженні проаналізовано податкові зміни в законодавстві України та визначено податкові наслідки для платників податків. Проведено аналіз механізму справляння податку з продажу, податку з обороту та податку на додану вартість. Обґрунтовано універсальність діючої моделі оподаткування в Україні – поєднання застосування ПДВ і податку з обороту, у вигляді єдиного податку, для суб'єктів малого підприємництва. Розкрито питання адміністрування ПДВ, його вдосконалення. Розроблено пропозиції щодо справляння єдиного податку після скасування воєнного стану. Визначено перспективи подальших досліджень.

Література:

1. Бутенко Т. В., Бутенко В. В. Переваги та недоліки використання різних форм оподаткування в Україні. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 4 (32). С. 28–36.
2. Butenko T. V., Butenko V. V. (2017). Perevahy ta nedoliky vykorystannya riznykh form opodatkovannya v Ukraini [Advantages and disadvantages of using different forms of taxation in Ukraine]. *Ekonomika: realiyi chasu* [Economics: the realities of time], № 4 (32), 28-36. [in Ukrainian].
3. Державна податкова служба України. Офіційний портал. Розділ: Новини. URL: <https://tax.gov.ua/media-tsentr/novini/578179.html> (дата звернення: 25.05.2022).
4. Derzhavna podatkovna sluzhba Ukrainy. Ofitsiynny portal. Rozdil: Novyny [State Tax Service of Ukraine. Official portal. Section: News] < <https://tax.gov.ua/media-tsentr/novini/578179.html> > (2022, May, 25).
5. Доповідь «Податок з продажів, як альтернатива з ПДВ». *Український інститут майбутнього*. 2021. URL: <https://uifuture.org/publications/podatok-z-prodazhiv-vs-pdv/> (дата звернення: 25.05.2022).
6. Dopovid' «Podatok z prodazhiv, yak al'ternatyva z PDV» (2021) [Report «Sales tax as an alternative to VAT»]. *Ukrayins'kyu instytut maybutn'oho* [Ukrainian Institute of the Future]. < <https://uifuture.org/publications/podatok-z-prodazhiv-vs-pdv/> > (2022, May, 25).
7. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text> (дата звернення: 25.05.2022).
8. Zakon Ukrainy «Pro vnesennya zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta inshykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo diyi norm na period diyi voyennoho stanu» [Law of Ukraine of March «On Amendments to the Tax Code of Ukraine and Other Legislative Acts of Ukraine Concerning the Effect of Norms for the Period of Martial Law»]. < <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text> > (2022, May, 25).
9. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо адміністрування окремих податків у період воєнного, надзвичайного стану». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2173-20#n26> (дата звернення: 25.05.2022).
10. Zakon Ukrainy «Pro vnesennya zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta inshykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo administruvannya okremykh podatkiv u period voyennoho, nadzvychaynoho stanu» [Law of Ukraine «On Amendments to the Tax Code of Ukraine and Other Legislative Acts of Ukraine on the Administration of Certain Taxes during Martial Law, State of Emergency»] < <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2173-20#n26> > (2022, May, 25).
11. Інформаційний ресурс smida.gov.ua. URL: <https://smida.gov.ua/> (дата звернення: 20.05.2022).
12. Informatsiynny resurs smida.gov.ua [Information resource smida.gov.ua]. < <https://smida.gov.ua/> > (2022, May, 20).
13. Каховська О. В., Загорельська Т. Ю., Дрожак С. В. Результати аналізу наслідків впровадження системи електронного адміністрування ПДВ. *Інноваційна економіка*. 2017. № 9–10 (71). С. 128–133.
14. Kakhov's'ka O.V., Zahorel's'ka T.Yu., Drozhak S.V. (2017). Rezul'taty analizu naslidkiv vprovadzhennya systemy elektronnoho administruvannya PDV [Results of the analysis of the consequences of the introduction of the electronic VAT administration system]. *Innovatsiynna ekonomika* [Innovative Economics], № 9-10 (71), 128-133.
15. Кулик А. М. Альтернатива ПДВ в Україні: введення податку з продажів. *Матеріали конференції «Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я»* (м. Харків, 17–19 травня 2017 р.). 2017. 227 с.
16. Kulyk A.M. (2017). Al'ternatyva PDV v Ukraini: vvedennya podatku z prodazhiv [Alternative to VAT in Ukraine: introduction of sales tax]. *Materialy konferentsiyi «Informatsiynni tekhnolohiyi: nauka, tekhnika, tekhnolohiya, osvita, zdorov'ya»* (m. Kharkiv, 17-19 travnya 2017 r.) [Proceedings of the conference «Information Technology: Science, Engineering, Technology, Education, Health» (Kharkiv, May 17-19, 2017)], 227. [in Ukrainian].
17. Откаленко О. Адміністрування податку на додану вартість в умовах євроінтеграції. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2018. № 5. С. 116–129.
18. Otkalenko O. (2018). Administruvannya podatku na dodanu vartist' v umovakh yevrointehratsiyi [Administration of value added tax in the context of European integration]. *Zovnishnya torhivlya: ekonomika, finansy, pravo* [Foreign trade: economics, finance, law], № 5, 116-129.
19. Пасічний М. Податкова політика країн ОЕСР. *Світ фінансів*. 2018. № 1 (54). С. 127–138.
20. Pasichnyy M. (2018). Podatkova polityka krayin OESR [OECD tax policy]. *Svit finansiv* [World of Finance], № 1(54), 127-138.

11. Податки з продажів. Аналіз міжнародного досвіду. URL: <https://uifuture.org/publications/podatok-z-prodazhiv-vs-pdv/> (дата звернення: 26.05.2022).

Podatky z prodazhiv. Analiz mizhnarodnoho dosvidu [Sales taxes. Analysis of international experience]. < <https://uifuture.org/publications/podatok-z-prodazhiv-vs-pdv/> > (2022, May, 26). [in Ukrainian].

12. Рейкін В. С. Реформування податкової системи в контексті детінізації економіки України. *Причорноморські економічні студії*. 2017. № 18. С. 182–187.

Reykin V.S. (2017). Reformuvannya podatkovoyi systemy v konteksti detinizatsiyi ekonomiky Ukrayiny [Reforming the tax system in the context of de-shadowing Ukraine's economy]. *Prychornomors'ki ekonomichni studiyi* [Black Sea Economic Studies], № 18, 182-187.

13. Синютка Н. Г., Курило О. Б., Побурко О. Я. Аналіз фіскальної ефективності системи електронного адміністрування ПДВ в Україні. *Ефективна економіка*. 2020. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7989> (дата звернення: 25.05.2022).

Synyutka N. H., Kurylo O. B., Poburko O. Ya. (2020). Analiz fiskal'noyi efektyvnosti systemy elektronnoho administruvannya PDV v Ukrayini [Analysis of fiscal efficiency of the VAT electronic administration system in Ukraine]. *Efektivna ekonomika* [Effective Economy] <<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7989>> (2022, May, 25).

14. Системний звіт «Адміністрування податків, які сплачує бізнес». Business Ombudsman Council. Серпень 2020. URL: <https://boi.org.ua/publications/systemicreports/1308-systemic-report---administering-taxes---in-ukr---v-5/> (дата звернення: 30.05.2022).

Systemnyy zvit «Administruvannya podatkiv, yaki splachuye biznes» [System report «Administration of taxes paid by business»]. Business Ombudsman Council. Serpen' 2020. < <https://boi.org.ua/publications/systemicreports/1308-systemic-report---administering-taxes---in-ukr---v-5/> > (2022, May, 30).

15. Соколовська А. М., Райнова Л. Б. Податок на додану вартість: підходи до реформування в Україні та Євросоюзі. *Економіка та держава*. 2020. № 8. С. 43–48.

Sokolovs'ka A. M., Raynova L. B. (2020). Podatok na dodanu vartist': pidkhody do reformuvannya v Ukrayini ta Yevrosoyuzi [Value added tax: approaches to reform in Ukraine and the European Union]. *Ekonomika ta derzhava* [Economy and State], № 8, 43-48.

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Музиченко-Козловська Оксана Володимирівна, Данилович Тарас Богданович, Гавриляк Анатолій Степанович, Дзюрах Юрій Михайлович АНАЛІЗУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СИСТЕМИ МОНІТОРИНГУ СТАНУ ҐРУНТІВ В УКРАЇНІ	4
---	---

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ГАЛУЗЯМИ ТА ПІДПРИЄМСТВАМИ

Лешнівський Міхал Адам, Джеканський Павел, Пухала Ян БАГАТОРІВНЕВИЙ МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ – СВІТ І ПОЛЬЩА. ТЕОРЕТИЧНА ПЕРСПЕКТИВА	12
Данилюк Наталя Миколаївна ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАСОБІВ В HR-МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА	18
Козак Людмила Василівна МОДЕЛІ СТРАТЕГІЧНОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЇХ АНАЛІЗУ	25
Ляхович Ольга Олександрівна, Скаковська Світлана Степанівна, Кречко Марія Юрївна СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТРАНСПАРЕНТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ	31
Семененко Юрій Сергійович МОДЕЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВІДДІЛУ МАРКЕТИНГУ ТА ПРОДАЖІВ ТА ВПЛИВУ НА НЬОГО СИСТЕМ САМОМЕНЕДЖМЕНТУ ЗА ДОПОМОГОЮ ПРОГРАМНОГО ЗАСОБУ ANYLOGIC	39
Хромушина Людмила Анатоліївна РОЗВИТОК КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗАКЛАДІВ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ НА ОСНОВІ КАДРОВОЇ СТРАТЕГІЇ	49

ЕКОНОМІКА ПРАЦІ ТА РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Грузд Марина Володимирівна АКТИВІЗАЦІЯ ГРОМАДСЬКОЇ УЧАСТІ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	57
--	----

ФІНАНСИ, ГРОШІ І КРЕДИТ

Гонак Ігор Михайлович МОЖЛИВОСТІ ІНВЕСТИВАННЯ У КРИПТОВАЛЮТИ В УМОВАХ АКТИВНОЇ ФАЗИ ПАНДЕМІЇ COVID-19 У 2020–2021 РР. ТА КОНВЕНЦІЙНОЇ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ 2022 Р.	67
Дема Дмитро Іванович, Шубенко Інна Андріївна, Стойко Олег Якович, Гуменюк Богдана Олександрівна ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ГРАМОТНОСТІ НАСЕЛЕННЯ У СФЕРІ ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ	78
Дзюрах Юрій Михайлович СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙ ЯК ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ	87
Ліснічук Оксана Андріївна ОСОБЛИВОСТІ ТА НАСЛІДКИ ФІНАНСОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ	95
Міщенко Володимир Іванович, Науменкова Світлана Валентинівна ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ ОПЕРАЦІЙНИМИ РИЗИКАМИ БАНКУ	102
Семеног Андрій Юрійович СКЛАД ТА СТРУКТУРА ФІНТЕХ-ЛАНДШАФТУ ЯК ПРОСТОРУ З НАДАННЯ ЦИФРОВИХ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ	110

ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Хома Світлана Василівна, Долішня Тетяна Іванівна ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ В УМОВАХ ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ	118
--	-----

CONTENT

ECONOMICS AND MANAGEMENT OF NATIONAL ECONOMY

Oksana Muzychenko-Kozlovska, Taras Danylovykh, Anatolii Havryliak, Yurii Dziurakh ANALYZING THE SOIL MONITORING SYSTEM ACTIVITIES IN UKRAINE	4
--	---

ECONOMICS, MANAGEMENT OF SECTORS AND ENTERPRISES

Michał Adam Leśniewski, Paweł Dziekański, Jan Puchała MULTI-LEVEL MARKETING OF ENTERPRISES – THE WORLD AND POLAND. THEORETICAL PERSPECTIVE ..	12
Natalia Danyliuk MARKETING TOOLS USAGE IN HR-MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE	18
Lyudmyla Kozak STRATEGIC POSITIONING MODELS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES PRODUCTS AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO THEIR ANALYSIS	25
Olha Liakhovych, Svetlana Skakovska, Maria Krechko THE ESSENTIAL CHARACTERISTICS OF TRANSPARENT BUSINESS ACTIVITIES: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES	31
Yurii Semenenko MODELING OF THE ACTIVITIES OF MARKETING AND SALES DEPARTMENT AND THE IMPACT OF SELF-MANAGEMENT SYSTEMS USING THE ANYLOGIC SOFTWARE ON IT	39
Lyudmyla Khromushyna DEVELOPMENT OF THE PRELIMINARY PROFESSIONAL EDUCATION INSTITUTIONS' PERSONNEL POTENTIAL ON THE BASIS OF HUMAN RESOURCES STRATEGY	49

LABOR ECONOMICS AND REGIONAL ECONOMY

Maryna Gruzd ACTIVATION OF PUBLIC PARTICIPATION IN UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES DEVELOPMENT MANAGEMENT	57
---	----

FINANCE, MONETARY CIRCULATION AND CREDIT

Igor Gonak OPPORTUNITIES TO INVEST IN CRYPTOCURRENCIES DURING THE ACTIVE PHASE OF THE COVID-19 PANDEMIC IN 2020-2021 AND THE CONVENTIONAL RUSSIAN-UKRAINIAN WAR OF 2022	67
Dmytro Dema, Inna Shubenko, Oleg Stoiko, Bogdana Humenyuk THEORETICAL AND PRACTICAL FUNDAMENTALS OF FORMING THE POPULATION FINANCIAL LITERACY IN THE FIELD OF PENSION INSURANCE	78
Yurii Dziurakh ESSENCE AND CLASSIFICATION OF INVESTMENTS AS A FINANCIAL AND ECONOMIC CATEGORY	87
Oksana Lisnichuk FEATURES AND CONSEQUENCES OF FINANCIAL GLOBALIZATION IN UKRAINE	95
Volodymyr Mishchenko, Svitlana Naumenkova BANK'S OPERATIONAL RISK MANAGEMENT MECHANISMS IMPROVEMENT	102
Andrii Semenog COMPOSITION AND STRUCTURE OF FINTECH LANDSCAPE AS A SPACE FOR DIGITAL FINANCIAL SERVICES PROVISION	110

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Svitlana Khoma, Tetiana Dolishnia FEATURES OF TAXATION DURING MARTIAL LAW	118
---	-----

Наукове видання

**НАУКОВІ ЗАПИСКИ НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
«ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ»
СЕРІЯ «ЕКОНОМІКА»**

Науковий журнал (щоквартальник)

№ 25(53)

Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, червень 2022. № 25(53). 128 с.

Scientific notes of Ostroh Academy National University, «Economics» series: scientific journal. Ostroh : Publishing NaUOA, June 2022. № 25(53). 128 p.

Головний редактор *Ю. В. Шулик*

Заступник головного редактора *Л. В. Козак*

Відповідальний редактор *О. І. Дем'янчук*

Комп'ютерна верстка *Н. О. Крушинської*

Художнє оформлення обкладинки *К. О. Олексійчук*

Коректор *А. О. Самсонюк*

Коректор англomовних текстів *Р. Т. Шулик*

Формат 60x84/8. Ум. друк. арк. 14,88 Наклад 100 пр. Зам. № 24–22.
Папір офсетний. Друк цифровий. Гарнітура «Times New Roman».

Оригінал-макет виготовлено у видавництві
Національного університету «Острозька академія»,
Україна, 35800, Рівненська обл., м. Острог, вул. Семінарська, 2.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи РВ № 1 від 8 серпня 2000 року.

Виготовлено ФОП Свиначук М. В.
Тел. (+38068) 68 35 800, e-mail: 35800@ukr.net.