

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

MINISTRY OF EDUCATION AND
SCIENCE OF UKRAINE

National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

Вісник
Національного технічного
університету «ХПІ»
(економічні науки)

Bulletin of the National
Technical University
"KhPI"
(economic sciences)

№ 4(26)'2024

No. 4(26)'2024

Збірник наукових праць

Collection of Scientific papers

Видання засноване у 1961 р.

The edition was founded in 1961

Харків
НТУ «ХПІ», 2024

Kharkiv
NTU "KhPI", 2024

Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) Збірник наукових праць. – Х. : НТУ «ХПІ». – 2024. – № 4. – 121 с.

У збірнику представлені результати досліджень та узагальнення актуальних тенденцій вітчизняної та світової економічної системи, стану і перспективи розвитку економіки регіонів, підприємств та організацій; особливості управління інвестиційною діяльністю, інноваціями, бізнесом, економічними ризиками, маркетинговою діяльністю, правове забезпечення підприємств, бізнес-планування, управління фінансами, проблеми обліку й аудиту, соціального прогресу.

Для науковців, викладачів вищої школи, аспірантів, студентів, фахівців різноманітних галузей

The collection presents the results of research and generalization of current trends of the domestic and world economic system, the state and prospects of economic development of regions, enterprises and organizations; features of investment management, innovation, business, economic risks, marketing activities, legal support of enterprises, business planning, financial management, accounting and auditing, social progress.

For scientists, teachers of higher education, postgraduates, students, specialists of various industries

Державне видання.

Свідоцтво Міністерство юстиції України

КВ № 23773-13613Р від 14 лютого 2020 року.

Мова статей – українська, англійська.

На підставі Наказу Міністерства освіти і науки України № 409 від 17.03.2020 року включено до категорії «Б» Переліку наукових фахових видань України у галузі економічних наук зі спеціальностей 051, 071, 072, 073, 075, 076, 242, 281, 292.

Вісник Національного технічного університету «ХПІ», серія «Технічний прогрес та ефективність виробництва» перереєстровано, відповідно з наказом МОН України від 09.03.2016 р., № 241, в Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Індексуються в наукометричній базі Google Scholar.

Офіційний сайт видання: <http://es.khpi.edu.ua>

Засновник

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Founder

National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

Головний редактор

Перерва П.Г., проф., Національний технічний університет
"Харківський політехнічний інститут", Україна

Editor-in-chief

Pererva P.G., prof., National Technical University " Kharkiv
Polytechnic Institute ", Ukraine

Заст. головного редактора:

Погорелов С.М., проф., Національний технічний університет
"Харківський політехнічний інститут" Україна

Deputy editor-in-chief:

Pohorielov S.M., prof, National Technical University " Kharkiv
Polytechnic Institute ", Ukraine

Секретар:

Круглов О.А., Національний технічний університет "Харківський
політехнічний інститут", Україна

Secretary:

Kruglov O.A., National Technical University " Kharkiv Polytechnic
Institute ", Ukraine

Члени редколегії:

Ілляшенко С.М., проф., Сумський державний університет, Україна

Косенко О.П., проф., Національний технічний університет

"Харківський політехнічний інститут", Україна

Краснокутська Н.С., проф., Національний технічний університет

"Харківський політехнічний інститут", Україна

Кузьмін О.С., проф., Національний університет «Львівська

політехніка», Україна

Манойленко О.В., проф., Національний технічний університет

"Харківський політехнічний інститут", Україна

Маслак О.І., проф., Кременчуцький національний університет імені

Михайла Остроградського, Україна

Посохов І.М., проф., Національний технічний університет

"Харківський політехнічний інститут", Україна

Райко Д.В., проф., Національний технічний університет

"Харківський політехнічний інститут", Україна

Сисоев В.В., проф., Національний технічний університет

"Харківський політехнічний інститут", Україна

Кобелева Т.О., проф., Національний технічний університет

"Харківський політехнічний інститут", Україна

Mariann Veresné Somosi, проф., Мішкольцьський університет,

Угорщина

Peter Reichling, проф., Магдебургський університет ім. Отто фон

Гуерике, Німеччина

György Kocziszky, проф., член монетарного комітета

Національного банку, Венгрія

Members of the editorial Board:

Ilyashenko S.M., prof., Sumy State University, Ukraine

Kosenko O.P., prof., National Technical University " Kharkiv

Polytechnic Institute ", Ukraine

Krasnokutska N.S., prof., National Technical University " Kharkiv

Polytechnic Institute ", Ukraine

Kuzmin O.E., prof., National University "Lviv Polytechnic", Ukraine

Manoylenko O.V., prof., National Technical University " Kharkiv

Polytechnic Institute ", Ukraine

Maslak O.I. prof Kremenchtzky National University imeni Mikhaïla

Ostrogradskogo, Ukraine

Posokhov I.M., prof., National Technical University " Kharkiv

Polytechnic Institute ", Ukraine

Raiko D.V., prof., National Technical University " Kharkiv

Polytechnic Institute ", Ukraine

Sysoiev V.V., prof., National Technical University " Kharkiv

Polytechnic Institute ", Ukraine

Kobieliava T.O., prof., National Technical University " Kharkiv

Polytechnic Institute ", Ukraine

Mariann Veresné Somosi, prof, University Mxcalcse, Porsena

Peter Reichling, prof., Magdeburg University im. Otto von Guericke,

Germany

György Kocziszky, prof., member of the monetary Committee of the

National Bank, Hungary

Рекомендовано до друку Вченою радою НТУ «ХПІ».

© НТУ «Харківський політехнічний інститут», 2024

Л.С. СТРИГУЛЬ, Т.А. ЖАДАН, Н.В. ЯКИМЕНКО-ТЕРЕЩЕНКО
ІННОВАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ЛОГІСТИКИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

На основі здійсненого комплексу досліджень автором проаналізовано сучасний стан та перспективи впровадження інновацій управління якістю бізнес-планування логістики готельно-ресторанних послуг, як одного з вагомих інструментів стимулювання відновлення та підвищення ефективності сфери гостинності з огляду на сучасні підходи до формування складових бізнес-планування на засадах теорії управління якістю послуг. Проведене авторське дослідження дозволило визначити, що якість стала вирішальним показником конкурентоспроможності, ефективності й надійності підприємств, відповідно якісне бізнес-планування логістики готельно-ресторанних послуг є стратегічним завданням ефективної діяльності готельно-ресторанного бізнесу, логістичний підхід передбачає роботу з потоками процесів, що сприяє зростанню конкуренто-спроможності за рахунок ефективного управління підприємством. Визначено, що бізнес-план діяльності готельно-ресторанного господарства повинен мати розділи, що враховують не лише фінансово-господарську та маркетингову складові, але й відокремлені особливості функціонування логістичних ланцюгів готельно-ресторанних послуг, з урахуванням системи управління якістю та оцінювання їх якісної складової на всіх етапах бізнес-планування. Доведено, що на операційному рівні впровадження управління якістю у процеси бізнес-планування докорінно змінює саму концепцію формування його складових, з урахуванням імплементації інструментарію контролю системи управління якістю послуг. Сформовано авторське розуміння рівнів управління якістю логістики готельно-ресторанних послуг. Визначено, що потенціал розвитку вітчизняного готельно-ресторанного бізнесу з точки зору наявності можливостей є дуже вагомим та недооціненим, як з точки зору розвитку окремого бізнесового проєкту так і внеску в економіку загальнодержавного рівня. Доведено, що впровадження інновацій в реалізацію системи управління якістю бізнес-планування логістики готельно-ресторанних послуг є складним та багатогранним процесом, що потребує координації всіх складових стратегічних перспектив: управління змінами; лін-менеджмент/«Зелена стратегія»; топ-менеджмент; ІТ-технології; механізм управління якістю. Відхід від стандартизованих класичних методів управління та впровадження інновацій теорії управління якістю бізнес-планування готельно-ресторанних послуг є дієвим інструментом для підвищення ефективності бізнес-процесів. Бізнес-планування ланцюгів логістики готельно-ресторанних послуг на засадах управління якістю відкриває нові шляхи забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу і як наслідок відповідність якості послуг, що надаються кінцевому споживачеві їх вартісній складовій.

Ключові слова: інновації; управління якістю; бізнес-планування; готельно-ресторанні послуги; сфера гостинності; логістика послуг, готельно-ресторанний бізнес

L. STRYGUL, T. ZHADAN, N. YAKYMENKO-TERESHCHENKO
INNOVATIONS IN QUALITY MANAGEMENT BUSINESS PLANNING LOGISTICS OF HOTEL AND RESTAURANT SERVICES

On the basis of a set of studies, the author analyzed the current state and prospects for the introduction of quality management innovations in the business planning of the logistics of hotel and restaurant services, as one of the important tools for stimulating the recovery and increasing the efficiency of the hospitality sector, taking into account modern approaches to the formation of the components of business planning on the basis of theory service quality management. The conducted author's research made it possible to determine that quality has become a decisive indicator of the competitiveness, efficiency and reliability of enterprises, accordingly, high-quality business planning of the logistics of hotel and restaurant services is a strategic task for the effective operation of the hotel and restaurant business, the logistics approach involves work with process flows, which contributes to the growth of competition - capabilities due to effective management of the enterprise. It was determined that the business plan of the hotel and restaurant business should have sections that take into account not only the financial, economic and marketing components, but also the separate features of the operation of the logistics chains of hotel and restaurant services, taking into account the quality management system and the evaluation of their quality component at all stages of business planning. It is proven that at the operational level, the introduction of quality management into business planning processes fundamentally changes the very concept of the formation of its components, taking into account the implementation of the control tools of the service quality management system. The author's understanding of the levels of quality management of the logistics of hotel and restaurant services has been formed. It was determined that the potential for the development of the domestic hotel and restaurant business from the point of view of the availability of opportunities is very important and underestimated, both from the point of view of the development of a separate business project and the contribution to the national economy. It has been proven that the implementation of innovations in the implementation of the quality management system of business planning of the logistics of hotel and restaurant services is a complex and multifaceted process that requires the coordination of all components of strategic perspectives: change management; lean management/"Green strategy"; top management; IT technologies; quality management mechanism. Departure from standardized classical management methods and introduction of innovations in the theory of management of the quality of business planning of hotel and restaurant services is an effective tool for increasing the efficiency of business processes. Business planning of logistics chains of hotel and restaurant services on the basis of quality management opens new ways of ensuring a high level of competitiveness of enterprises of the hotel and restaurant business and, as a result, compliance of the quality of services provided to the end consumer with their value component.

Keywords: innovations; quality management; business planning; hotel and restaurant services; the field of hospitality; service logistics, hotel and restaurant business

Вступ. На тлі галопуючого розвитку світового готельно-ресторанного бізнесу, що швидкими темпами набирає потужностей, вітчизняна сфера гостинності й туризму, на жаль, виглядає достатньо скромно, не лише через значний вплив широкомасштабної війни, розв'язаної сусідньою державою-окупантом, але й через низький рівень якості бізнес-планування логістики послуг готельно-ресторанного комплексу нашої країни, в протиріч їх високої вартості.

Сучасна наукова думка не піддає сумніву інноваційний потенціал сфери послуг, хоча на початку

1990-х років таке твердження базувалося лише на можливостях дифузії інновацій, реалізованих у промисловості. Європейська Комісія (2004) описує інновації як покращення та розширення діапазону продуктів і послуг і пов'язаних з ними ринків, застосування нових методів виробництва, пропозиції та збуту, введення змін в управлінні, організації, умовах роботи та підвищенні кваліфікації робочої сили [1].

На сучасному етапі розвитку готельно-ресторанного бізнесу інновації управління якістю бізнес-планування логістики послуг відіграють вагомий

роль у конкурентній боротьбі підприємств сфери гостинності, що визначає актуальність та практичну значущість проблематики наукового дослідження.

Аналіз основних досягнень і літератури. Дослідження питань впровадження інновацій управління якістю в бізнес-плануванні логістики послуг готельно-ресторанного господарства розглянуто в роботах науковців, серед яких Андрощук Г.О., Еннан Р.С. [1], Серета Н., Піюрєнко І. [2], Шаповалова О.М. [3], Гірняк Л.І. [4], Дугієнко, Н., Дугієнко, О. [5], Гурбик Ю.Ю., Біляєв С.С., Сальнікова М. В. [6], Stipanović С., Rudan Е. [8], Чайка Т.Ю. [9], Popova Y., Chernodon O. [10], Щєрбина В.В. [11], Січка І.І. [12], Рєре Р. [13]. Однак, існуючі значні напрацювання даної тематики, потребують подальшого дослідження, з урахуванням сучасних інноваційних розробок та подальшої імплементації системи управління якістю логістики послуг, як складової бізнес-планування діяльності готельно-ресторанного бізнесу для підвищення рівня конкурентоспроможності та ефективного розвитку.

Мета роботи. Дослідження сучасних перспектив впровадження інновацій управління якістю в бізнес-плануванні логістики готельно-ресторанних послуг, що є базисом сталого розвитку сфери гостинності з метою підвищення ефективності функціонування готельно-ресторанного бізнесу.

Викладення основного матеріалу дослідження. Призначення готельно-ресторанного бізнесу проявляється в особливості послуг та продуктів, які надаються та здійснюються підприємцями, що є його суб'єктами. Варто зазначити, що готелі, які впроваджують інновації в свою роботу, мають значну перевагу. Аналіз тенденцій розвитку готельно-ресторанного бізнесу надає змогу виявити, що підприємства, в яких інновації займають першочергове місце, створюють нові ринки та продукти. [2].

В умовах ринкової економіки, з переходом готелів на самофінансування, будь-яке підприємство готельного господарства може існувати тільки за умови прибуткової, рентабельної діяльності. Готельне підприємство своїми грошовими ресурсами має забезпечити всю свою експлуатаційну діяльність, розвиток і технічне вдосконалення матеріально-технічної бази, соціальне та матеріальне заохочення працівників. Тому підприємствам готельного господарства для того, щоб вижити, необхідно правильно визначити свою стратегію та тактику поведінки на ринку та систематично проводити управління діяльністю підприємства з метою підвищення ефективності діяльності та отримання прибутку [3].

Якість стала вирішальним показником конкурентоспроможності, ефективності й надійності підприємств, як наслідок почав розвиватися новий підхід в управлінні якістю на підприємствах. Дослідження підтверджують, що для багатьох готельно-ресторанних закладів підвищення якості сервісу та послуг стає більш ефективним інструментом збільшення обсягів продажів і прибутку, ніж маркетинг, просування чи реклама [4].

Якісне бізнес-планування логістики готельно-

ресторанних послуг є стратегічним завданням ефективної діяльності готельно-ресторанного бізнесу.

У світовій та вітчизняній практиці не існує законодавчо визначеного чіткого переліку розділів бізнес-плану. Проте, враховуючи логіку, теоретичні та практичні аспекти процесу розробки бізнес-плану, пропонується така структура бізнес-плану готельно-ресторанного або туристичного підприємства: резюме (можливості підприємства); опис продукції (товарів, послуг); ринки збуту туристичного продукту; конкуренція на ринку збуту; план маркетингу; організаційний план; правове забезпечення; оцінка ризику та страхування; фінансовий план; висновки та пропозиції [5].

Дослідження зарубіжного досвіду дозволяє зазначити, що бізнес-планування: базується на готовності реагувати на постійні зміни потреб ринку, орієнтується на підтримку та побудову міцного партнерства, розвиток ефективності бізнесу. Вітчизняне законодавство натеper нормативно не закріплює за підприємствами обов'язковість розроблення бізнес-плану [6].

Подальший розвиток готельного господарства неможливий без сучасного обладнання і новітніх технологій, про що нагадує девіз Всесвітньої туристської організації: «Технологія і природа - два актуальних аспекти розвитку туризму на початку двадцять першого століття». Це стосується насамперед інформаційних технологій, ефективних і надійних систем захисту, без чого неможливо досягти високого рівня якості послуг. Послуги підприємства гостинності мають видозмінюватись відповідно до потреб і запитів гостей [3].

Як свідчить міжнародний досвід, впровадження на підприємстві чи в організації системи управління якістю, розробленої на основі стандарту ISO 9001, сприяє спрощенню системи надання послуг та підвищенню їх якості, встановленню налагодженого зворотного зв'язку зі споживачами, покращенню робочого клімату, забезпеченню стабільної роботи в умовах плинності персоналу, прийняттю раціональних та ефективних рішень на основі фактів. У результаті діяльність підприємства (організації) стає більш зрозумілою та прозорою, в ній встановлюється чіткий розподіл відповідальності, підвищується рівень внутрішньої організованості та зменшується кількість помилок. Таким чином в основу стандартів серії ISO 9001 закладено модель системи управління якістю, заснованої на процесах [7].

Логістика готельно-ресторанного бізнесу – це управління виникаючими в готельно-ресторанному бізнесі матеріальними і сервісними потоками, а також супутніми їм інформаційними та фінансовими потоками [8; 9].

Отже, логістичний підхід передбачає роботу з потоками процесів, що сприяє зростанню конкурентоспроможності за рахунок ефективного управління підприємством готельно-ресторанного бізнесу шляхом управління матеріальними та нематеріальними потоками, які стають пакетом виняткових можливостей [10].

Структурованість робочих цілей та напрямків при

впровадженні стратегій логістики та управління ланцюга-ми постачань надає можливість вибрати найбільш ефективні інструменти управління і налаштувати їх на практичне застосування в діяльності підприємств індустрії гостинності [11].

Таким чином, бізнес-план діяльності готельно-ресторанного господарства повинен мати розділи, що враховують не лише фінансово-господарську та маркетингову складові, але й відокремлені особливості функціонування логістичних ланцюгів готельно-ресторанних послуг, з урахуванням системи управління якістю та оцінювання їх якісної складової на всіх етапах бізнес-планування (рис.).

Стратегічний рівень	Тактичний рівень	Операційний рівень
<ul style="list-style-type: none"> Управління змінами Лін-менеджмент або "Зелена стратегія" ТОП-менеджмент ІТ-технології Механізм управління якістю 	<ul style="list-style-type: none"> Підтримка виконавців Прозорість і контроль Бенчмаркінг Креативні рішення Система управління якістю 	<ul style="list-style-type: none"> Витрати Спрощення задач Система КРІ Управління ризиками Методи управління якістю

Рисунок – Рівні управління якістю логістики готельно-ресторанних послуг (сформовано автором на основі [11])

Надання послуг низької якості погано позначається на готельно-ресторанному підприємстві. Незалежно від того, чи надаються на підприємстві послуги для великої клієнтської бази чи готель працює, щоб надати клієнтам індивідуальні послуги, якість є важливою. Якщо клієнт незадоволений, то – результат не відповідає бажаному рівню якості. Управління якістю проекту допомагає гарантувати, що процеси оптимізовані для забезпечення якості та, що всі результати виробляються на рівні, який гарантує задоволеність клієнтів. Навіть якщо покупець буде задоволений продуктом посередньої якості, перевершити очікування та запропонувати продукцію кращої якості немає ніяких мінусів. Управління якістю проекту може допомогти підприємствам покращити процеси та створити кращі продукти та послуги [12].

На операційному рівні впровадження управління якістю у процеси бізнес-планування докорінно змінює саму концепцію формування його складових, з урахуванням імплементації інструментарію контролю

системи управління якістю послуг.

Наявний інструментарій теорії управління якістю, може бути реалізований в межах бізнес-планування та такий вибір не обмежується підходами ретроспективного аналізу фінансово-економічного гатунку, але й дає змогу оцінити перспективні напрями розвитку з одночасним застосуванням контрольних функцій різних рівнів виконання бізнес-плану.

Графіки програм прийняття рішень є невід'ємною частиною планування якості проекту, оскільки вони допомагають керівникам проектів визначити, що може піти не так у проєкті, і відповідно розробити стратегії пом'якшення. Їх застосування також дає змогу розкрити кроки, які необхідно вжити для завершення проекту, і потенційний вплив, якщо проєкт відхилиться від курсу. *Діаграма спорідненості* – це інструмент створення та збирання даних та інформації, що стосується проекту та його продукту. Ця діаграма розкриє зв'язки між точками даних, щоб допомогти знайти рішення. Вони також використовуються під час досліджень або мозкових штурмів для генерування ідей і збору даних. З допомогою діаграм спорідненості можна структурувати неорганізовані ідеї та розвивати нові напрямки думки. Застосування *матричних діаграм* дозволяє керівнику проекту зрозуміти взаємозв'язок між інформацією в матриці, яка включає цілі, фактори та причини. Вони базуються на даних організації, які аналізуються. Існує кілька типів таких діаграм, які залежать від кількості елементів груп, між якими існують зв'язки. *Матриці пріоритетів*, які використовуються під час мозкового штурму. Вони допомагають керівникам проектів створити пріоритетний список питань для опрацювання, оцінюючи питання, підняті під час сесій, за встановленим списком критеріїв. Це дає змогу керівникам проектів зрозуміти, які проблеми можуть виникнути, і визначити пріоритети, які з них потрібно вирішити в першу чергу. *Діаграми взаємозв'язків* допомагають керівникам проектів зрозуміти причинно-наслідкові зв'язки. Вони визначають можливі змінні, які можуть виникнути під час просування проекту, і виявляють, на які інші частини проекту це може вплинути. *Діаграма мережі* візуально відображає графік проекту. Візуальний погляд на речі може допомогти створити точнішу картину проекту та дозволити керівникам проектів приймати кращі рішення. Це представлятиме критичний план для проекту від початку до кінця, а також його обсяг. Існує два типи мережових діаграм: діаграми зі стрілками та діаграми пріоритету. *Трикутник управління проектами* допомагає переконатися, що витрати, часові рамки та передбачуваний обсяг збалансовані; хоча лише цього недостатньо, щоб гарантувати високу якість результатів проекту, це може значно допомогти переконатися, що витрати не надто низькі порівняно з обсягом або що часові рамки не надто короткі, щоб дати команді достатньо часу виконувати свою роботу якнайкраще [12].

При впровадженні стратегій логістики та управління ланцюгами постачань особлива увага приділяється екологічному розвитку та охороні довкілля. «Зелене» управління ланцюгами постачань –

це стратегічне, прозоре партнерство, спрямоване на досягнення соціальних, екологічних та економічних цілей підприємства готельно-ресторанного бізнесу в системній координації ключових між-організаційних бізнес-процесів для покращення довгострокової діяльності підприємства та його партнерів по ланцюгу постачань. Екологічний ланцюг постачань передбачає забезпечення екологічності в наданні послуг підприємствами індустрії гостинності, в операціях з логістики, маркетингу. «Зелене» управління ланцюгами постачань (GSCM) передбачає постійний взаємозв'язок між ланцюгом постачань та природним середовищем [13].

Впровадження стратегій логістики та управління ланцюгами постачань в діяльність підприємств індустрії гостинності має ряд проблем, які пов'язані з особливостями готельно-ресторанного бізнесу, серед яких використання швидкокопсуваних продуктів, що потребують спеціалізованого обладнання та способу доставки, а також одночасного приготування і вживання, необхідність стандартизації та сертифікації, орієнтація на клієнта, чутливість до змін у навколишньому середовищі, високі капітальні витрати в галузі та інші. Для подолання цих проблем при впровадженні логістичного підходу в управлінні готельно-ресторанні підприємства мають використовувати логістичний аутсорсинг та інші стратегічні інструменти. Ефективне управління ланцюгами постачань сприяє скороченню витрат за рахунок укладання довгострокових контрактів і угод з постачальниками, забезпечуючи конкурентоспроможні ціни для підприємств готельно-ресторанного бізнесу (на продукти харчування і напої, обладнання, приміщення та операції з нерухомістю). Завдяки професійному управлінню ланцюгами постачань підприємства індустрії гостинності можуть підтримувати високі стандарти якості обслуговування, пропонуючи широкий вибір послуг, вони надають кращі послуги та продукти в найкращий час за найкращими цінами, що є кінцевою метою управління ланцюгами постачань [11].

На основі вищевикладеного, слід зазначити, що потенціал розвитку вітчизняного готельно-ресторанного бізнесу з точки зору наявності можливостей є дуже вагомим та недооціненим, як з точки зору розвитку окремого бізнесового проєкту так і внеску в економіку загальнодержавного рівня. Його перспективи полягають не лише в площині надання нового підходу концепціям пропозицій інноваційних продуктів та підходів, як для підвищення ефективності діяльності готельно-ресторанного бізнесу в цілому, так і прискорення впровадження новітніх концепцій управління якістю готельно-ресторанних послуг.

При реалізації проєктів з логістики та управління ланцюгами постачань підприємства індустрії гостинності повинні зосередитись на кількох аспектах, таких як управління логістикою, управління запасами, інформаційних технологіях та інноваціях, закупівлі та постачаннях, екологічній складовій ланцюгів постачань. Підприємства готельно-ресторанного бізнесу здійснюють негативний вплив на навколишнє середовище і тому необхідно, щоб логістичні системи

були орієнтовані на сучасні екологічно чисті технології, які відкриють можливість створення екологічно чистої бізнес-концепції. У світі підприємства індустрії гостинності вже запроваджують «зелені» ланцюги постачань та лін-менеджмент [11].

Механізм управління якістю взаємо поєднує та підсилює всі складові процесів функціонування готельно-ресторанного бізнесу, а їх взаємодія є ключовим фактором підвищення ефективності діяльності готельно-ресторанного господарства, як об'єкту бізнес-планування, так і результативності та підвищення якості надання послуг кінцевому споживачеві.

1. **Висновки.** Таким чином, впровадження інновацій в реалізацію системи управління якістю бізнес-планування логістики готельно-ресторанних послуг є складним та багатограним процесом, що потребує координації всіх складових стратегічних перспектив: управління змінами; лін-менеджмент/«Зелена стратегія»; топ-менеджмент; ІТ-технології; механізм управління якістю. Відхід від стандартизованих класичних методів управління та впровадження інновацій теорії управління якістю бізнес-планування готельно-ресторанних послуг є дієвим інструментом для підвищення ефективності бізнес-процесів. Бізнес-планування ланцюгів логістики готельно-ресторанних послуг на засадах управління якістю відкриває нові шляхи забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу і як наслідок відповідність якості послуг, що надаються кінцевому споживачеві, їх вартісній складовій.

Список літератури

- 1 Андрощук Г.О., Еннан Р.С. Інноваційна політика Європейського Союзу. *Наука та інновації*. 2009. Т.5. №5. С.85-97.
- 2 Серєда Н., Піюренко І. Інноваційна діяльність в готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2023. № 55. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-58>
- 3 Шаповалова О.М. Інноваційна діяльність як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Дая*. 2013. № 16. С.224-228. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSUNU_2013_16_44.
- 4 Гіряк Л.І. Сучасні аспекти управління якістю у закладах готельно-ресторанного комплексу *Матеріали наукової конференції «Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції»* Львів: ЛТЕУ, 2017. 440 с. С.226-227.
- 5 Дугієнко, Н., Дугієнко, О. Роль фінансів у бізнес-плануванні готельно-ресторанних та туристичних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2023. № 47. Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-16>
<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6407>
- 6 Гурбик Ю. Ю., Біляєв С. С., Сальнікова М. В. Бізнес-планування як ефективний метод антикризового управління компанією: теоретико-методологічний аспект. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Випуск 32. С. 83–87. Режим доступу: http://bses.in.ua/journals/2018/32_2018/18.pdf.
- 7 ДП Запоріжстандартметрологія. Сертифікація систем управління якістю на відповідність вимогам ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ EN ISO 9001:2018 [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.zdcsms.zp.ua/iso-9001/> – Назва з титул екрану.
- 8 Stipanović Christian., Rudan Elena.. The new strategic orientation in inno-vating hospitality logistics system. *Tourism and Hospitality Management*. 2014. №20. P.195-206. Access mode: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2538600
- 9 Чайка Т.Ю. Визначення та об'єкт логістики готельно-ресторанного бізнесу: еволюція і сучасні підходи. *Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: матеріали Всеукр. наук.-прак. інтер-нет-конф: ВПЦ «Візаві»*, 2018. С. 281-283. Режим доступу: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/38665>
- 10 Popova Yelena. Chernodon Oleg.. Logistic Approach to the Hospitality Company's Management, as Competitiveness Improvement Factor. 2017. P.6-15. Access mode: <https://www.researchgate.net/publication/326752719> Logistic_

Approach_to_the_Hospitality_Company's_Management_as_Competitiveness_Improvement_Factor

- 11 Шербина В.В. Особливості логістичних процесів в готельно-ресторанному бізнесі. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2020. №1(70), С. 99-114. Режим доступу: <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2020-1-99-114>.
 - 12 Січка, І.І. Управління якістю проєктів у готельно-ресторанному бізнесі. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2023. № 7. Режим доступу: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-12-01>
 - 13 Pepe P. Green Supply Chains in the Hotel Industry: Review of the Greek Hotel Market. *International Journal of Latest Research in Humanities and Social Science (IJLRHSS)* 2018. Access mode: https://www.academia.edu/38029404/Green_Supply_Chains_in_the_Hotel_Industry_Review_of_the_Greek_Hotel_Market
- References (transliterated)**
- 1 Androshchuk H.O., Ennan R.Ye. Innovatsiyna polityka Yevropeys'koho Soyuz. [Innovative policy of the European Union] *Nauka ta innovatsiyi*. [Science and innovation] 2009. T.5. No 5. pp.85-97.
 - 2 Sereda N., Piyurenko I. Innovatsiyna diyal'nist' v hotel'no-restorannomu biznesi. [Innovative activity in the hotel and restaurant business] *Ekonomika ta suspil'stvo*. [Economy and society] 2023. No 55. Rezhym dostupu: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-58>
 - 3 Shapovalova O.M. Innovatsiyna diyal'nist' yak osnova pidvyshchennya konkurentospromozhnosti hotel'noho hospodarstva. [Innovative activity as a basis for increasing the competitiveness of the hotel industry]. *Visnyk Shkhidnoukrayins'koho natsional'noho universytetu imeni Volodymyra Dalya*. [Bulletin of the East Ukrainian National University named after Volodymyr Dahl] 2013. No 16. pp.224-228. Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSUUNU_2013_16_44.
 - 4 Hirnyak L.I. Suchasni aspekty upravlinnya yakistyu u zakladakh hotel'no-restorannoho kompleksu [Modern aspects of quality management in the establishments of the hotel and restaurant complex] *Materialy naukovoyi konferentsiyi «Aktual'ni problemy ekonomiky i torhivli v suchasnykh umovakh yevrointehratsiyi»* [Materials of the scientific conference "Actual problems of economy and trade in modern conditions of European integration"] L'viv: LTEU, 2017. pp.226-227.
 - 5 Duihyenko, N., Duihyenko, O. Rol' finansiv u biznes-planuvanni hotel'no-restorannykh ta turystychnykh pidpryyemstv. [The role of finance in business planning of hotel-restaurant and tourist enterprises.] *Ekonomika ta suspil'stvo*. [Economy and society] 2023. No 47. Rezhym dostupu: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-16> <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6407>
 - 6 Hurbyk Yu. Yu., Bilyayev S. S., Sal'nikova M. V. Biznes-planuvannya yak efektyvnyy metod antykrizovoho upravlinnya kompaniyeyu: teoretyko-metodolohichnyy aspekt. [Business planning as an effective method of anti-crisis management of the company: theoretical and methodological aspect.] *Prychomomors'ki ekonomichni studiyi*. [Black Sea Economic Studies.] 2018. Vypusk 32. pp. 83–87. Rezhym dostupu: http://bse.in.ua/journals/2018/32_2018/18.pdf.
 - 7 DP Zaporizhstandartmetrolohiya. Certyfikatsiya system upravlinnya yakistyu na vidpovidnist' vumoham DSTU ISO 9001:2015 ta DSTU EN ISO 9001:2018 [Elektronyy resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.zdcsms.zp.ua/iso-9001/> – Nazva z tytul ekranu.
 - 8 Stipanović Christian, Rudan Elena. The new strategic orientation in inno-vating hospitality logistics system. [Нова стратегічна орієнтація в інноваційній системі логістики гостинності.] *Tourism and Hospitality Management*. [Туризм і готельний менеджмент] 2014. No 20. pp.195-206. Access mode: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2538600
 - 9 Chayka T.Yu. Vyznachennya ta ob'yekt lohistyky hotel'no-restorannoho biznesu: evolyutsiya i suchasni pidkhody. [Definition and object of hotel and restaurant business logistics: evolution and modern approaches.] *Stratehichni perspektyvy turystychnoyi ta hotel'no-restorannoyi industriyi v Ukrayini: materialy Vseukr. nauk.-prak. internet-konf: VPTs «Vizavi»*, [Strategic prospects of the tourist and hotel-restaurant industry in Ukraine: materials of the All-Ukraine. science-practice internet conference: VOC "Vizavi".] 2018. pp. 281-283. Rezhym dostupu: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/38665>
 - 10 Popova Yelena. Chernodon Oleg.. Logistic Approach to the Hospitality Company's Management, as Competitiveness Improvement [Підхід до управління компанією гостинності, як фактор підвищення конкурентоспроможності.] *Factor*. [Фактор] 2017. pp.6-15. Access mode: https://www.researchgate.net/publication/326752719_Logistic_Approach_to_the_Hospitality_Company's_Management_as_Competitiveness_Improvement_Factor
 - 11 Shcherbyna V.V. Osoblyvosti lohistychnykh protsesiv v hotel'no-restorannomu biznesi. [Peculiarities of logistics processes in the hotel and restaurant business.] *Rozvytok metodiv upravlinnya ta hospodaryuvannya na transporti*. [Development of transport management and management methods.] 2020. No 1(70), pp. 99-114. Rezhym dostupu: <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2020-1-99-114>.
 - 12 Sichka, I. I. Upravlinnya yakistyu proektiv u hotel'no-restorannomu biznesi. [Project quality management in the hotel and restaurant business.] *Problemy suchasnykh transformatsiyi. Seriya: ekonomika ta upravlinnya*. [Problems of modern transformations. Series: Economics and Management] 2023. No 7. Rezhym dostupu: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-12-01>
 - 13 Pepe P. Green Supply Chains in the Hotel Industry: Review of the Greek Hotel Market. [Зелені ланцюги поставок у готельній індустрії: огляд готельного ринку Греції] *International Journal of Latest Research in Humanities and Social Science (IJLRHSS)* [Міжнародний журнал останніх досліджень гуманітарних і соціальних наук (IJLRHSS)] 2018. Access mode: https://www.academia.edu/38029404/Green_Supply_Chains_in_the_Hotel_Industry_Review_of_the_Greek_Hotel_Market

Надійшла (received) 30.06.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Стригуль Лариса Станіславівна (Strygul Larysa) – кандидат економічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного бізнесу; м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0003-2343-4234, e mail: larysa.strygul@kphi.edu.ua.

Жадан Тетяна Андріївна (Zhadan Tetiana) – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельно-ресторанного бізнесу НТУ «ХПІ»; м. Харків, Україна; ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6544-7602>; e mail: tetiana.zhadan@kphi.edu.ua

Якименко-Терещенко Наталія Василівна (Yakymenko-Tereshchenko Nataliia) – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанного бізнесу; м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0003-2927-7989; e-mail: Nataliia.Iakymenko-Tereshchenko@kphi.edu.ua.

П.Г. ПЕРЕРВА, С.В. СУСЛИКОВ, В.О. МАТРОСОВА, І.О. НОВІК

ВЕНЧУРНІ ІНВЕСТИЦІЇ, ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ, ТОРГІВЛІ ТА БІЗНЕС-СТРУКТУР

Стаття аналізує роль венчурного інвестування у формуванні тенденцій та динаміки глобальної економіки, міжнародної торгівлі та бізнес-структур. Основна увага приділяється впливу венчурного капіталу на розвиток інноваційних компаній, що можуть революціонізувати індустрію та сприяти глобальному економічному зростанню. Автори розглядають, як зміни в політиці інвестування та розвиток нових технологій впливають на структуру міжнародної торгівлі, а також обговорюють потенціал венчурного капіталу у виявленні та розвитку технологічних інновацій.

Стаття також зосереджується на викликах та ризиках, які пов'язані з венчурним інвестуванням, особливо в контексті високих ризиків втрати капіталу та необхідності ефективного управління інвестиційними проектами. Важливим аспектом аналізу є роль держави в регулюванні венчурного капіталу, забезпеченні законодавчої підтримки та створенні умов для зростання інноваційних стартапів.

Автори пропонують рекомендації щодо поліпшення інвестиційного клімату та стимулювання інноваційного розвитку через венчурне інвестування, що може сприяти більшій інтеграції наукових досліджень і розробок у глобальній економіці, торгівлі та функціонуванню міжнародних бізнес-структур.

Рекомендації базуються на аналізі поточних тенденцій і мають на меті сприяти створенню міцніших бізнес-структур та підвищенню ефективності міжнародної торгівлі.

Ключові слова: венчурне інвестування, глобальна економіка, міжнародна торгівля, міжнародні бізнес-структури, інновації, розвиток, ризик

P.PERERVA, S.SUSLIKOV, M.MATROSOVA, I.NOVIK

VENTURE CAPITAL INVESTMENTS AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE GLOBAL ECONOMY, TRADE, AND BUSINESS STRUCTURES

The article analyzes the role of venture capital in shaping trends and dynamics in the global economy, international trade, and business structures. The main focus is on the impact of venture capital on the development of innovative companies that can revolutionize industries and contribute to global economic growth.

The authors examine how changes in investment policy and the development of new technologies affect the structure of international trade, and discuss the potential of venture capital in identifying and developing technological innovations.

The article also focuses on the challenges and risks associated with venture capital investment, especially in the context of high capital loss risks and the need for effective management of investment projects. An important aspect of the analysis is the role of the state in regulating venture capital, providing legislative support, and creating conditions for the growth of innovative startups.

The authors propose recommendations for improving the investment climate and stimulating innovative development through venture capital investment, which can contribute to greater integration of scientific research and development in the global economy, trade, and the functioning of business structures. Recommendations are based on an analysis of current trends and aim to promote the creation of stronger business structures and increase the efficiency of international trade.

Keywords: venture capital investment, global economy, international trade, international business structures, innovation, development, risk

Вступ. У сучасному світі глобальної економіки, що постійно змінюється, венчурні інвестиції відіграють ключову роль у підтримці інновацій, розвитку бізнесу та трансформації торгових структур. Ці інвестиції не тільки забезпечують фінансування нових технологічних підприємств, але й сприяють створенню стабільної основи для довготривалого економічного зростання. Наслідком є зміцнення міжнародних торгових відносин та глобальних економічних структур, що спільно формують основу для стійкого розвитку.

Стаття «Венчурні інвестиції, як фактор розвитку глобальної економіки, торгівлі та бізнес-структур» розглядає як венчурні інвестиції можуть сприяти економічному відновленню та зростанню у періоди глобальних викликів, забезпечуючи стимули для інноваційного розвитку та технологічного прогресу.

Такий підхід до аналізу венчурних інвестицій виявляє їхню фундаментальну роль у формуванні майбутньої структури світової економіки та торгівлі, що виражається у зміцненні глобальних економічних відносин і є критично важливим для забезпечення стійкого розвитку та взаємодії між країнами у взаємозалежному світі.

Аналіз стану питання в області венчурних інвестицій та їхнього впливу на глобальну економіку виявляє цілий ряд ключових тенденцій та викликів. В останні роки, під

впливом глобалізації та технологічних інновацій, венчурні інвестиції набули особливої актуальності як інструмент економічного розвитку. Ці інвестиції стали важливими не тільки для розвинених, але й для швидко розвиваючихся ринків, де вони сприяють модернізації та цифровізації економік.

Одним із найбільш значущих аспектів венчурних інвестицій є їх здатність виводити на ринок інноваційні продукти та технології, що суттєво змінюють існуючі ринкові структури. Венчурне фінансування дозволяє стартапам та малому бізнесу розробляти нові рішення, які можуть стати основою для майбутніх проривів в різних галузях. Це, у свою чергу, сприяє збільшенню конкуренції та ефективності, покращуючи загальні економічні показники.

Проте, незважаючи на значний потенціал венчурного капіталу у стимулюванні інновацій, існують і виклики, такі як високий рівень ризику та необхідність довгострокових інвестицій. Багато венчурних проєктів не досягають комерційного успіху, що вимагає від інвесторів витримки та готовності до можливих втрат. Така невизначеність є значним бар'єром для залучення інвестицій, особливо в країнах з нестабільним інвестиційним кліматом.

Тим не менш, стратегічне використання венчурних

інвестицій може відіграти вирішальну роль у формуванні глобальної економіки. Завдяки міжнародним інвестиційним партнерствам та постійній підтримці інновацій, можливо досягти значних перетворень у світовому економічному порядку, що забезпечить довготривале та стабільне зростання.

Мета роботи Мета даної роботи полягає у глибокому аналізі ролі венчурних інвестицій у розвитку глобальної економіки, торгівлі та міжнародних бізнес-структур. Основна увага приділяється тому, як ці інвестиції впливають на інноваційну діяльність, сприяють технологічному прогресу та стимулюють економічне зростання на міжнародному рівні.

Аналіз основних досягнень і літератури. Аналіз основних досягнень у сфері венчурних інвестицій та огляд літератури демонструє значний прогрес у розумінні їхньої ролі в глобальній економіці. Багато досліджень з проблематики венчурного інвестування провели як зарубіжні, так і вітчизняні вчені, серед яких Л. Малюта, А. Бабій, А. Колесніков, О. Рожко, І. Кузнецова, В. Замлинський, В. Нежиборець, І. Кочешкова, Н. Трушкіна, Л. Антонюк, Н. Краус, Я. Копиця, Ю. Макогон та інші.

У низці досліджень підкреслюється, що венчурні інвестиції є критично важливими для стартапів, які пропонують революційні рішення в таких галузях, як біотехнології, інформаційні технології, відновлювана енергія та цифрова економіка. Важливо, що венчурне фінансування не просто надає капітал, а й залучає управлінський досвід та мережі, що збільшує шанси на успіх цих підприємств.

Література також акцентує на трансформаційному впливі венчурних інвестицій на традиційні індустрії, стимулюючи їх до інновацій та адаптації до змінюваних ринкових умов. Автори як P. Gompers, A. Kovner, J. Lerner та D. Scharfstein у своїх роботах зазначають, що венчурний капітал сприяє культурі ризику, яка є необхідною для інноваційного розвитку.

Однак, існують і критичні огляди, які вказують на високу частку невдач серед венчурно-фінансованих проєктів та виклики, пов'язані з волатильністю венчурних ринків. Наприклад, роботи таких авторів, як S. Ghosh, вказують на статистику, що близько 90% стартапів не досягають своїх цілей.

Завдяки цим дослідженням, уявлення про венчурні інвестиції стає все більш глибоким та багатограним, надаючи основу для подальшого вивчення їхньої ролі в стимулюванні глобального економічного розвитку та інновацій.

Викладення основного матеріалу дослідження.

Дослідження венчурних інвестицій та їхнього значення в контексті розвитку глобальної економіки вимагає глибокого розуміння базового поняття «інвестиція». Термін «інвестиція», походження якого від латинського слова «investire» (одягати), з часом набув широкого значення в економічній науці. Дж. М. Кейнс, визначаючи інвестиції, акцентував увагу на прирості капітального майна та невикористаній для споживання частині доходу, що підкреслює їх вклад у виробничу діяльність.

На сьогоднішній день ще не існує універсального та всебічного визначення поняття «інвестиції», оскільки це поняття може аналізуватись з різних перспектив, таких як

національний, регіональний, галузевий та корпоративний рівні. Однак, приймаючи до уваги дефініцію інвестицій, яку пропонує В. В. Спіцин у контексті регіональної інвестиційної системи, можна вважати, що інвестиції на регіональному рівні означають «грошові кошти та інші цінності, які вкладаються в об'єкти підприємницької та іншої діяльності з метою отримання доходу (або ефекту) як господарюючим суб'єктом, що безпосередньо здійснює інвестування (інвестором), так і всією регіональною системою».

Сучасне визначення інвестицій у Законі України «Про інвестиційну діяльність» подає їх як вкладення майнових та інтелектуальних цінностей в діяльність, що приносить дохід або соціальний ефект. [1]

На глобальному рівні, інвестиції також включають прямі іноземні інвестиції (ПІІ), де корпорації вкладають капітал у зарубіжні операції, розширюючи свої підприємства або створюючи нові. Ці інвестиції важливі для глобальної економічної інтеграції, сприяючи технологічному обміну та економічному зростанню у різних регіонах. [2]

Це базове розуміння інвестицій та інвестиційної діяльності є фундаментом для аналізу венчурних інвестицій.

Світовий досвід показує, що венчурні інвестиції мають значний вплив на активізацію інноваційних процесів та сприяють структурним трансформаціям економік, створюючи умови для реалізації перспективних високотехнологічних проєктів і як слідство активізацію та розвиток глобальної економіки та торгівлі. Венчурні інвестиції визначаються як капітал, що вкладається у ранні стадії розвитку підприємств або під час їхнього зростання, з метою фінансування інноваційних проєктів. [3]

Венчурний капітал, за визначенням Європейської асоціації прямих приватних інвестицій та венчурного капіталу, це кошти професійних учасників ринку, які інвестуються спільно з підприємницькими коштами для фінансування ранніх стадій діяльності підприємства або на етапі його розвитку. [4]

Ці інвестиції відіграють критичну роль у активізації інноваційних процесів, сприяють структурним трансформаціям у економіці та створюють умови для реалізації високотехнологічних проєктів. Венчурне інвестування суттєво відрізняється від традиційного інвестування, оскільки передбачає значні ризики, пов'язані з потенційно високою дохідністю.

Досліджуючи венчурні інвестиції, особливу увагу слід приділити особливостям цього виду фінансування, його важливості для економіки та можливостям, які воно відкриває для розвитку інновацій, глобальної економіки та організації торгівлі. Слід враховувати, що успіх венчурних інвестицій значною мірою залежить від правильної оцінки ризиків та ефективності управління проєктами, що є ключовими компонентами для досягнення фінансової вигоди та створення нових цінностей на ринку.

За даними S&P Global Market Intelligence [5] (див. рис. 1), вартість та обсяг глобальних угод з венчурним капіталом зазнали негативного імпульсу та почали знижуватися на початку 2022 року, що продовжилось і по теперішній час.

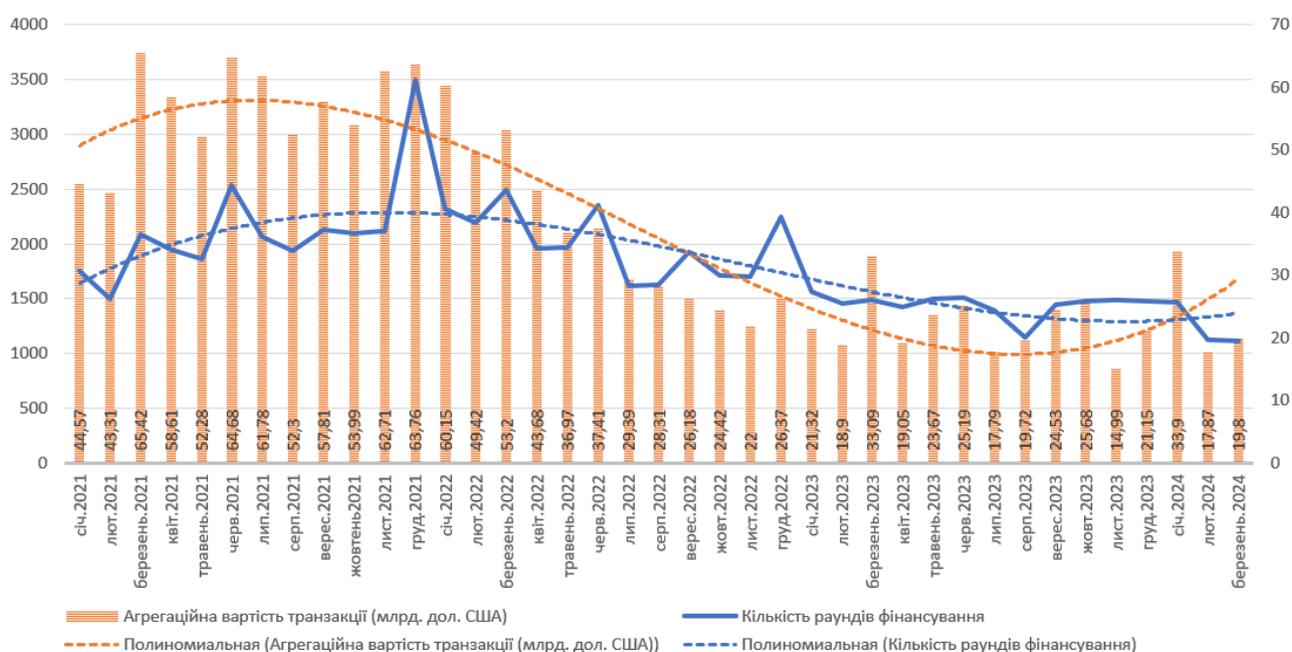


Рис. 1 - Обсяги венчурних інвестицій (приватний (PE) або венчурний капітал (VC) через раунди фінансування, 2021–2024 рр

На даному графіку представлено агреговані значення за місяць обсягів венчурних інвестицій. Аналіз включає глобальні раунди фінансування, оголошені між 1 січня 2021 року та 31 березня 2024 року, де покупцем/інвестором є або включає приватну акціонерну чи венчурну фірму. За винятком розірваних угод і раундів боргового фінансування. На лівій осі X показано загальну суму інвестицій венчурного капіталу у вигляді стовпців, на правій осі Y загальний обсяг укладених угод показаний у вигляді лінії, а на осі X показані роки, розбиті на фінансові роки, квартали.

По результатам рис. 1, можна спостерігати, що загальна сума інвестицій венчурного капіталу в першому кварталі 2024 року склала 71,57 мільярдів доларів, що на 2,37% менше, ніж загальна сума в 73,31 мільярда доларів за той самий період у 2023 році. У місячному обчисленні вартість угод венчурного капіталу склала 19,80 мільярдів доларів у березні 2024 року, що на 40,2% менше, ніж 33,09 мільярда доларів у березні 2023 року. Тому можна, припустити, що подібні зміни на ринку венчурних інвестицій мають і значний вплив не тільки на стратегії інвесторів, але й на загальний розвиток глобальної економіки, торгівлі та бізнес-структур (рис. 2). [6]

З позиції наданої інформації можна побачити залежність між тенденціями у обсягах венчурних інвестицій та загальних тенденціями зменшення показників глобальної економіки та торгівлі, що може свідчити про зростання обережності серед інвесторів у контексті економічної невизначеності або може вказувати на насиченість деяких секторів інновацій. Такі тенденції вимагають від інвесторів більшої уваги до оцінки ризиків і потенційної віддачі від інвестицій.

Наприклад, зростання обережності інвесторів може бути спричинене збільшенням геополітичних

напруг або економічною нестабільністю в регіоні. Також, насиченість деяких секторів інновацій може свідчити про необхідність перегляду стратегій розвитку індустрії та розробки нових напрямків.

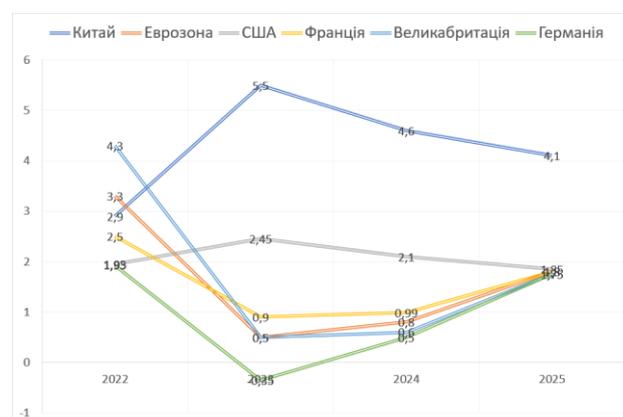


Рис. 2 – Тенденції зміни глобальної економіки та прогноз на 2025 рік

У зв'язку з цим, важливо розуміти, що венчурні інвестиції не лише відображають стан економіки та бізнесу, але й мають потенціал впливати на їхній подальший розвиток.

На більш широкому рівні, інвестиції в новітні технології та бізнес-моделі можуть сприяти розвитку нових ринків і секторів, створюючи нові економічні можливості та робочі місця. [7] Це може включати все від цифрових технологій до сталого виробництва, яке може змінити ландшафт глобальної торгівлі та зміцнити міжнародні бізнес-структури.

Наприклад, венчурне підприємництво, особливо у сферах технологій, засобів масової інформації та телекомунікацій, демонструє свою критичну роль у глобальних інвестиційних трендах, продовжуючи домінувати у ринкових інвестиціях (рис. 3).

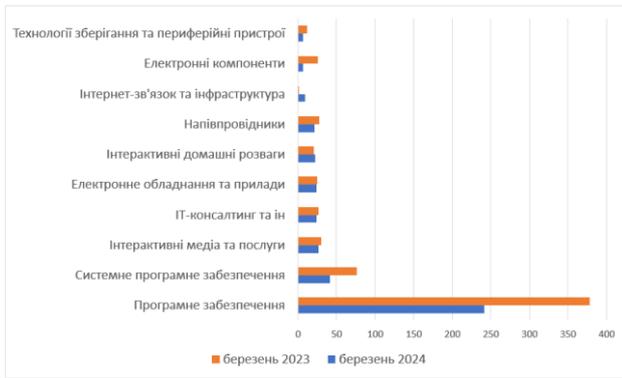


Рис. 3 - Глобальні інвестиції РЕ/VC через раунди фінансування в окремих галузях (у березні порівняння з попереднім роком)

Аналіз графіку включає глобальні раунди фінансування, оголошені в період з 1 по 31 березня відповідних років, де покупцем/інвестором є або включась приватну або венчурну компанію. Обмежено найкращими галузями ТМТ із найбільшою сукупною вартістю транзакцій у березні 2024 року, за винятком розірваних угод і раундів боргового фінансування.

Отже, у секторі технологій, засобів масової інформації та телекомунікацій, компанії-розробники прикладного програмного забезпечення провели в березні 436 раундів фінансування, обумовлених приватними інвестиціями. Це скорочення порівняно з 723 раундами, зафіксованими рік тому. Компанії-розробники системного програмного забезпечення здійснили 223 раунда фінансування.

Що стосується глобальних технологічних, медіа та телекомунікаційних компаній, то вони залучили найбільшу кількість венчурного капіталу в останній місяць 2023 року, отримавши 28,4% від загального обсягу інвестицій (рис. 4). [5]



Рис. 4 - Глобальні інвестиції РЕ/VC через раунди фінансування для кожного сектора в березні 2024 року (у відсотках від загальної вартості раундів фінансування)

Це висвітлює високий інтерес до цих секторів та їхню важливість для економіки.

Далі за обсягами інвестицій слідує компанія охорони здоров'я, які зібрали 16,4% від загального обсягу. Це може свідчити про зростання зацікавленості інвесторів у секторі охорони здоров'я та його потенціалі для подальшого розвитку.

Фінансовий сектор також привернув увагу інвесторів, зібравши 13,5% від загальної суми. Це свідчить про важливість фінансових послуг та їхню роль у розвитку економіки.

Нарешті, промисловість зібрала 4,3% від загального обсягу. Це може бути пов'язано з необхідністю модернізації виробничих процесів та впровадження нових технологій у промисловості.

У цілому, розподіл венчурних інвестицій за різними секторами свідчить про різноманітність та динаміку світової економіки.

Згідно з даними Європейської асоціації прямих приватних інвестицій та венчурного капіталу, венчурне фінансування на ранніх стадіях дозволяє інвесторам стати частковими власниками новаторських компаній з великим потенціалом. Це створює основу для залучення інвестицій і прискорення росту в різних секторах економіки, що включають технології, мас-медіа та телекомунікації.

Особливо актуальним є факт, що сектор технологій продовжував домінувати у глобальних венчурних інвестиціях, зайнявши велику частку ринку. Це свідчить про зростаючу роль цифрових технологій у глобальній економіці. З іншого боку, зниження кількості раундів фінансування відображає певні виклики та ризики, які пов'язані з венчурними інвестиціями.

Акцентуємо увагу, що інноваційні бізнеси, здатні принести своїм власникам до 1000% прибутку лише за кілька місяців, підкреслюють потенціал венчурного капіталу для реалізації високоприбуткових проєктів. Однак, значна частина стартапів не доходить до наступних раундів фінансування, що ілюструє високий рівень ризику в цій сфері (рис. 5). [8]

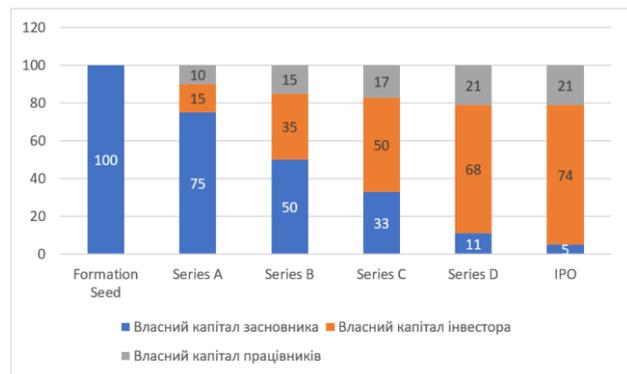


Рис. 5 - Володарі акцій з плином часу

Цей графік ілюструє, як розмір власного капіталу змінюється у кожному інвестиційному раунді для кожної сторони. Завдяки доступності значних обсягів капіталу на приватних ринках, співзасновники стартапів мають можливість зберегти більшу частку власності та контролю над своїми компаніями. Це має важливе значення для забезпечення довгострокової стратегії та стабільності компаній, що, в свою чергу, може призвести до створення нових робочих місць та підтримки економічного зростання.

Венчурні інвестиції у такі успішні проєкти, як Apple та Airbnb, демонструють потенціал для залучення

значного прибутку, що мотивує інвесторів вкладати у потенційно революційні ідеї. Перспективи великих доходів можуть стимулювати інвестування в різноманітні сектори економіки, зокрема, в технологічні нововведення та розвиток глобальної торгівлі.

На міжнародному рівні існує багато венчурних фондів, які інвестують у стартапи, сприяючи не лише їхньому прибуткові, але й науково-технічному прогресу. Наприклад, американський венчурний фонд Sequoia Capital вклав кошти в такі стартапи, як Google, PayPal, YouTube, WhatsApp, Instagram і LinkedIn, які потім стали

багатомільярдними компаніями, змінивши світову економіко-технологічну сцену. У 2022 році лідером за обсягом венчурних інвестицій став фонд Tiger Global, який інвестував у 347 раундів на суму понад 58 мільярдів доларів, будучи провідним або співпровідним інвестором у 65% випадків. Статистика по Top-10 компанії, які забезпечили найбільші раунди фінансування в кінці 2023 теж можуть більш детально надати інформацію про організації та об'єми транзакцій на ринку венчурного інвестування (табл.)

Таблиця – Top-10 компанії, які забезпечили чотири з 10 найбільших раундів фінансування в кінці 2023

Ціль	Покупець/Інвестори	Сектор транзакції	Дата оголошення	Об'єм транзакції (млрд. дол. США)
Equinox Holdings Inc. (USA)	L Catterton Partners, Silver Lake Technology Management LLC, Sixth Street Partners LLC, Ares Management Corp, and HPS Investment Partners LLC	Споживацька	03.08.2024	1 800.0
Zhiji Motor Technology Co. Ltd. (China)	Beijing Chusudu Technology Co. Ltd., BOCOM International Asset Management Ltd., BOC Financial Asset Investment Co. Ltd., ICBC International Holdings Ltd., SAIC Motor Corp. Ltd., Shanghai Lingang Economic Development (Group) Co. Ltd., Qingtao (Kunshan) Energy Development Co. Ltd., Contemporary Amperex Technology Co. Ltd., and Beijing A.B.C. Investment Consulting Co. Ltd.	Споживацька	03.01.2024	1 111.6
Wonder Group Inc. (USA)	New Enterprise Associates Inc., Alpine Management Services III LLC, Harmony Partners LLC, Forerunner Ventures, Red & Blue Ventures, Watar Partners, Dragoneer Investment Group LLC, American Express Ventures, Kuvare Insurance Services LP Investment Arm, Accel Partners, GV Management Co. LLC, Bain Capital Ventures LP, CAZ Investments LP, and Jefferies Group LLC	Споживацька	03.15.2024	700.0
Huakong Electric Power Group Co. Ltd. (China)	Qingwang (Beijing) Private Fund Management Co. Ltd. and Tamarace Capital	Енергетика та комунальні послуги	03.27.2024	691.8
DigitalLand Holdings Ltd. (Unknown)	Hillhouse Investment Management Ltd., Tekne Capital Management LLC, Princeville Capital, Boyu Capital Group Management Ltd., and Rava Partners	Фінанси	03.26.2024	587.0
Monzo Bank Ltd. (UK)	HongShan.CapitalG Management Co. LLC, Passion Capital Investments LLP, Tencent Holdings Ltd., and GV Management Co. LLC	Фінанси	03.05.2024	432.5
Mirador Therapeutics (Unknown)	Farallon Capital Management LLC, Invus Group LLC, RTW Investments LP, VR Adviser LLC, Alexandria Venture Investments LLC, Arch Venture Partners LP, Woodline Partners LP, Point72 LP, Logos Global Management LP, TCG Crossover Management LLC, Boxer Capital LLC, OrbiMed Advisors LLC, Moore Strategic Ventures LLC, Sanofi Ventures, Fidelity Management & Research Co. LLC, and Blue Owl Healthcare Opportunities	Охорона здоров'я	квітень 2024	400.0
Wuhan Xinxin Semiconductor Manufacturing Co. Ltd. (China)	Wuhan East-Lake Venture Co. Ltd., Hubei Science Technology Investment Group Co. Ltd., Wuhan Optics Valley Semiconductor Investment Co. Ltd., ICBC Financial Asset Investment Co. Ltd., Shanghai Guoxin Venture Capital Co. Ltd., BOCOM Financial Asset Investment Co. Ltd., Hubei Integrated Circuit Industry Investment Fund Co. Ltd., Wuhan GuangchuangXinzhi Private Equity Investment Fund Partnership LP, CCB Financial Asset Investment Co. Ltd., Guangzhou Cher Ami Investment Group Co. Ltd., CITIC Securities Co. Ltd., Wuhan Financial Holding (Group) Co. Ltd., ABC Financial Asset Investment Co. Ltd., Hubei HiTech Investment Industrial Control Investment Co. Ltd., China Internet Investment Fund Management Co. Ltd., CMB International Capital Management (Shenzhen) Co Ltd., Bank of China Ltd., Xiamen Torch Venture Capital Co. Ltd., and Haitong Leading Private Equity Fund Management Co. Ltd.	TMT	03.07.2024	374.7
Fashnear Technologies Private Ltd. (India)	SoftBank Group Corp., Mars Growth Capital Pte. Ltd., Tiger Global Management LLC, ThinkVentures.com Ltd., and Peak XV Partners Operations LLC	Споживацька	03.26.2024	299.6
Yi'an (Shanghai) Enterprise Management Co. Ltd. (China)	China Capital Management Co. Ltd., HongShan.ZhenFund Inc., and China Security Co. Ltd.	Фінанси	03.05.2024	277.8

Ці приклади ще раз підкреслюють важливість венчурних інвестицій у стимулюванні інновацій та технологічних проривів у глобальному масштабі. За даними Market Intelligence, найбільша угода з фінансування за місяць стосувалася оператора фітнес-клубів Equinox Holdings Inc., який привабив \$1,80 млрд у рамках раунду фінансування під керівництвом нового інвестора Sixth Street Partners LLC та існуючого інвестора Silver Lake Technology Management LLC. Щодо наступної найбільшої угоди, виробник автомобілів Zhiji Motor Technology Co. Ltd. привабив \$1,11 млрд у раунді фінансування серії В.

Незважаючи на зниження загальних обсягів інвестицій і кількості раундів у глобальному масштабі, інтерес до венчурних інвестицій продовжує зростати. Цей тренд можна пояснити збільшенням попиту на інноваційні технології та бізнес-моделі, які обіцяють великий потенціал зростання і можливість досягнення значних прибутків у випадку успіху. Однак, разом із можливостями, венчурне інвестування несе в собі і серйозні ризики, про які необхідно пам'ятати.

Перше, що треба враховувати, - це високий рівень невизначеності, що супроводжує стартапи і інноваційні проекти. Багато з них не досягають комерційного успіху через недоліки в бізнес-моделі, неадекватне фінансування, недосвідчене управління або зміни у ринкових умовах.

Другий важливий ризик пов'язаний з ліквідністю. Інвестиції в стартапи часто вимагають тривалого часу для отримання прибутку, і венчурні капітали можуть виявитися заблокованими протягом багатьох років. Це ставить під загрозу гнучкість інвесторів і може вплинути на їхню здатність відповідати на інші інвестиційні можливості.

Третій ризик - це юридичні та регуляторні питання. Регулювання венчурних інвестицій може значно відрізнятися залежно від країни, що може викликати додаткові складнощі для інвесторів, особливо у міжнародному контексті. Ці ризики можуть призвести до складнощів у забезпеченні прав власності, виходу з інвестицій або в управлінні корпоративними правами. [9]

На державному рівні необхідно забезпечити адекватне регулювання венчурного інвестування, створюючи стабільну правову базу і знижуючи бар'єри для входу нових інвесторів. Важливо також стимулювати зв'язки між інвесторами, науково-дослідними інститутами і вищими навчальними закладами, що може сприяти кращій комерціалізації наукових досліджень і прикладних розробок.

Таким чином, венчурне інвестування вимагає від інвесторів не тільки фінансових ресурсів, але й глибокого розуміння ринку, а також здатності аналізувати і мінімізувати ризики.

Висновки

Глобальна економіка та міжнародна торгівля переживають часи значних змін, які спричинені швидким розвитком технологій, змінами в політичних та економічних умовах, а також новими викликами, такими як кліматичні зміни та глобальні

здоров'язакисні кризи. Венчурне інвестування відіграє ключову роль у цих процесах, стимулюючи розвиток інновацій та допомагаючи формувати нові бізнес-структури, які можуть адаптуватися до швидко змінюваних умов глобальної економіки.

Важливо зазначити, що хоча венчурні інвестиції мають потенціал для забезпечення високих прибутків, вони також супроводжуються значними ризиками. Ефективне управління цими ризиками, а також забезпечення адекватного законодавчого та регуляторного середовища, є критично важливими для підтримки стійкості та здорового розвитку глобальної економіки.

Перспективи подальших досліджень у сфері глобальної економіки та торгівлі повинні фокусуватися на аналізі впливу цифрових технологій на міжнародну торгівлю, вивченні впливу глобальних економічних криз на стабільність бізнес-структур, та розробці механізмів для залучення венчурного капіталу у менш розвинуті ринки. Це дозволить краще зрозуміти механізми глобальної економіки та сприятиме розробці стратегій, які допоможуть країнам та компаніям адаптуватися до нових викликів.

У сукупності, для досягнення стабільності та стійкого зростання у глобальній економіці важливо сприяти інноваціям, забезпечувати ефективне регулювання і підтримувати міжнародну співпрацю. Це створить необхідні передумови для розвитку здорових бізнес-структур, які можуть пристосуватися до швидких змін і забезпечити стале зростання в умовах глобальної невизначеності.

Список літератури

1. Про інвестиційну діяльність : Закон України від 18.09.1991 р. № 1560-XII : станом на 10 жовт. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text> (дата звернення: 10.05.2024).
2. Рогача О. І. Багатонаціональні підприємства та глобальна економіка : монографія. «Вид-во «Центр учб. літ.», 2020. 368 с.
3. Сусліков, С.В. та Клименко, М.А., 2023. Система управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах невизначеності. *Економіка: Реалії часу. Науковий журнал*, № 3 (67), с.56-64.
4. Диха М. В. Оцінка стану та перспектив залучення іноземних інвестицій в економіку України. *Вісник ХНУ*. 2014. Т. 3, № 4. С. 123–126.
5. Global venture capital investment value, volume down in Q1 2024. *S&P Global Market Intelligence*. URL: <https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/news-insights/latest-news-headlines/global-venture-capital-investment-value-volume-down-in-q1-2024-81180407> (date of access: 10.05.2024).
6. International Monetary Fund. <https://data.imf.org/>. URL: <https://data.imf.org/?sk=7A51304B-6426-40C0-83DD-CA473CA1FD52> (date of access: 10.05.2024).
7. Data Insights: Enhancing regulatory compliance and client lifecycle management. *S&P Global Market Intelligence*. URL: <https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/news-insights/blog/data-insights-enhancing-regulatory-compliance-and-client-lifecycle-management>
8. Ринок цінних паперів у питаннях та відповідях : навч. посіб. Київ : ун-т ім. Б. Грінченка, 2021. 228 с.
9. Terletska V. Models of state support venture business development in the world. *Journal of Lviv Polytechnic National University. Series of Economics and Management Issues*. 2020. Vol. 4, no. 2. P. 86–93. URL: <https://doi.org/10.23939/semi2020.02.086> (date of access: 10.05.2024).
10. Wang G. The Determinants of Venture Capital Investment Decisions. *Highlights in Business, Economics and Management*.

2024. Vol. 24. P. 2009–2014. URL: <https://doi.org/10.54097/5k0zfs39> (date of access: 10.05.2024).

References (transliterated)

1. Zakon Ukrainy pro investytsiinu diialnist. (1991). No. 1560-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text> (Data zvernennia: 10.05.2024).
2. Rohach, O. I. (2020). Bahatonatsionalni pidpriemstva ta hlobalna ekonomika [Multinational Enterprises and Global Economy]. Kyiv: "Vyd-vo "Tsentru uchbovoi literatury".
3. Suslikov, S. V., & Klymenko, M. A. (2023). Systema upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva v umovakh nevyznachenosti [Enterprise competitiveness management system in conditions of uncertainty]. *Ekonomika: Realii Chasu. Naukovyi Zhurnal*, (3)(67), 56-64.
4. Dykha, M. V. (2014). Otsinka stanu ta perspektyv zaluchennia inozemnykh investytsii v ekonomiku Ukrainy [Assessment of the State and Prospects of Attracting Foreign Investments in the Economy of Ukraine]. *Visnyk KhNU*, 3(4), 123–126.
5. *Global venture capital investment value, volume down in Q1 2024*. (n.d.). S&P Global Market Intelligence. <https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/news-insights/latest-news-headlines/global-venture-capital-investment-value-volume-down-in-q1-2024-81180407>
6. *International Monetary Fund International Monetary Fund*. (n.d.) <https://data.imf.org/>. <https://data.imf.org/?sk=7A51304B-6426-40C0-83DD-CA473CA1FD52>
7. *Data Insights: Enhancing regulatory compliance and client lifecycle management*. S&P Global Market Intelligence. <https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/news-insights/blog/data-insights-enhancing-regulatory-compliance-and-client-lifecycle-management>
8. Rynok tsinnykh paperiv u pytanniakh ta vidpoviadiakh: navch. posib. [Securities Market in Questions and Answers: A Textbook]. Kyiv: un-t im. B. Hrinchenka, 2021. 228 p.
9. Terletska, V. (2020). Models of state support venture business development in the world. *Journal of Lviv Polytechnic National University. Series of Economics and Management Issues*, 4(2), 86–93. <https://doi.org/10.23939/semi2020.02.086>
10. Wang, G. (2024). The Determinants of Venture Capital Investment Decisions. *Highlights in Business, Economics and Management*, 24, 2009–2014. <https://doi.org/10.54097/5k0zfs39>

Надійшла (received) 02.07.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Перерва Петро Григорович (Pererva Petro) – д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин Національного технічного «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0002-6256-9329; e-mail: pgpererva@gmail.com

Сусліков Станіслав Вячеславович (Suslikov Stanislav) – к.е.н., доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0001-5779-7610; e-mail: stardark7@gmail.com

Матросова Вікторія Олександрівна (Matrosova Viktoria) – к.е.н., доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0003-1266-7286; e-mail: viktoria.matrosova@khp.edu.ua

Новік Ірина Олексіївна (Novik Iryna) – к.е.н., доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0003-1912-8576; e-mail: iryana.novik@khp.edu.ua

O.SAVCHENKO, R. POBEREZHZNYI, V. VERIUTINA
THE DIFFERENCE BETWEEN ECONOMIC DEVELOPMENT AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

The article shows approaches to studying the understanding of the differences between economic development and sustainable development to enhance innovation activity and targeted development of Ukraine's innovative potential based on European experience. The publication is devoted to the peculiarities of forming sustainable development in accordance with the needs of small and medium-sized businesses. Traditionally, economic development was determined by basic indicators; a need arose to study sustainable development, both at the level of national economies and individual enterprises. There was a need for practical solutions. The article presents a comparative analysis of various definitions and approaches to their formation. It is emphasized that fundamental research can only be carried out with the support of the state and industry, which also contributes to the development of this area. It explores and demonstrates how global cooperation can contribute to a better understanding and use of the fundamental principles of sustainable development. It is sustainable development that allows us to shape ecosystems. The need to provide appropriate conditions for the development of entrepreneurial activity is emphasized. The effectiveness of management decision making is discussed and the need to use a proactive approach is determined. In modern conditions, issues of "green sustainable development" are being considered.

Keywords: sustainable development; economic growth; innovative development; innovative solution; sustainability

О.І. САВЧЕНКО, Р.О. ПОБЕРЕЖНИЙ, В.Ю. ВЕРЮТИНА
РІЗНИЦЯ МІЖ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ ТА СТАЛИМ РОЗВИТКОМ

У статті показано підходи до вивчення розуміння відмінностей економічного розвитку від сталого розвитку для посилення інноваційної діяльності та цілеспрямованого розвитку інноваційного потенціалу України на основі європейського досвіду. Видання присвячене особливостям формування сталого розвитку відповідно до потреб малого та середнього бізнесу. Традиційно економічний розвиток визначався базовими показниками; виникла потреба у дослідженні сталого розвитку, як на рівні національних економік, так і окремих підприємств. Потрібні були практичні рішення. У статті представлено порівняльний аналіз різних дефініцій та підходів до їх формування. Наголошується, що фундаментальні дослідження можуть здійснюватися лише за підтримки держави та промисловості, що також сприяє розвитку цього напрямку. Він досліджує та демонструє, як глобальна співпраця може сприяти кращому розумінню та використанню фундаментальних принципів сталого розвитку. Саме сталий розвиток дозволяє нам формувати екосистеми. Наголошується на необхідності забезпечення належних умов для розвитку підприємницької діяльності. Обговорюється ефективність прийняття управлінських рішень та визначається необхідність використання проактивного підходу. У сучасних умовах розглядаються питання «зеленого сталого розвитку».

Ключові слова: сталий розвиток; економічного зростання; інноваційний розвиток; інноваційне рішення; стійкість

INTRODUCTION. In the concept of economic development since the beginning of the 20th century, the basis of the change is based on sustainable development, which emphasizes the need to act more fairly and responsibly in carrying natural, economic and social capital to the future. In this process of change, which emphasizes that all economic and social actors, especially governments, should be responsible to create more livable earth, businesses are also increasingly important. Although sustainable development was initially considered as environmental responsibility, it is accepted as a whole of ecological, economic and social responsibilities that all individuals and organizations active in today's society should bear. At this point, the increasing roles of businesses in the society have increased their responsibilities towards sustainable development and it is necessary to institutionalize these responsibilities. In instance, corporate citizenship is a product of making businesses more feasible to fulfill these responsibilities (Chams and García-Blandón, 2019).

This article will draw attention to the importance of firms in the energy sector in the development of their country and will present an alternative innovative sustainable development framework that is revealed through various statistical and methodological techniques.

One of the most used concepts in all disciplines today is sustainability. The concept of sustainability, which is frequently used in agriculture, tourism, architecture, energy, businesses, and the economy, is defined as a participatory process that ensures the prudent use of all social, cultural, scientific, natural and human resources of

the society and creates a social perspective based on respect for it (Gladwin, Kennelly and Krause, 1995). By definition, the concept of sustainability, which has both an active and proactive structure, is also defined as the ability of a society, ecosystem, or any system with continuity to continue without interruption, disruption or overload of the main sources of the system. The main feature of this concept, which is used in many different areas, is that it focuses on the future of people and is based on the protection of resources in that area. In this context, the concept of sustainability is a concept that combines economics, social justice, environmental science and management, business management, politics, and law. It is also defined as a dialectical concept with rights, democracy, honesty and other important social concepts (Wilson, 2003). Sustainability is defined as welfare maximization in economics, especially in the neoclassical economic theory. Although the definition of sustainability combining benefit maximization from consumption and welfare maximization is criticized as "excessive simplification", this definition is the most important element of human welfare such as food, clothing, health, education. and it has the advantage of reducing the problem to an analytically measurable unidirectional indicator (Lehner et al., 2016).

The concept of development refers to efforts to change the socio-economic structure to provide significant and real increases in national income as well as to increase the welfare level of the society. In this respect, the clear aim of economic development is to increase the standard of living in the world by providing more goods and services

regularly to the growing population. The development of industrialization, which serves as the engine for development, is evaluated with unlimited possibilities. However, the fast and unplanned consumption of resources prevents the investments required for the development of new generations (Li and Lin, 2015). Increasing the purchasing power of individuals within the framework of the classical capitalist model, which determines the economic view of today's modern societies, will be reflected in individuals through the increase in the gross national product by increasing the economic activity in the market. In this model, development, defined as increasing per capita income, is based on unlimited production and consumption (Ritzer and Jurgenson, 2010). Although many countries have progressed significantly in terms of GNP and human development index globally, the development records in the world have merged into two main criticism points. Firstly, the possible benefits of development are not distributed equally, and secondly, the negative effects of development on the environment and social structure have increased. In particular, urban areas in developing countries have started to suffer from poor transport and infrastructure, and excessive pollution, and the understanding that environmental damage can reduce the success of development and even cause a collapse of needed ecosystems if they are not controlled (Lehner et al., 2016). In developed countries, the social and environmental negativities brought by over-industrialization support that the traditional concept of development is unsustainable.

The concept of sustainability is used extensively within the economic discipline within the framework of macroeconomic definitions such as sustainability of debts and sustainable growth to express the ability to maintain stability in different subjects. However, it is noteworthy that the concept of sustainability has become widespread and gained a broader meaning, in all areas, especially in the discipline of economics, by the definition of "sustainable development" published in the Joint Future or Brundtland Report published in 1987 by the World Environment and Development Commission. Sustainable development, although it has become a crucial point in the international environmental debate in the fields of development, applied science, environmental and international politics since the 1980s, there is little consensus on the results or meaning and definition of development strategies (UNESCO, 2019). Sustainable development is defined as the integration of social and structural economic transformations that optimize current social and economic profits without compromising potential future benefits. In this context, the primary purpose of sustainable development is to achieve the constant and smart distribution of the economic welfare levels of many generations (Goodland and Ledec, 1987). Sustainable development is a process of change. In this process of change, the use of resources, directing investments, choosing the direction of technological development and enriching the potential of institutional changes in harmony and meeting the present and future needs of humanity should be enriched (Ravago et al., 2015). According to Ravago in 2015, economic growth, one of the pillars of sustainable development, is supported by social justice and environmental protection, and there is a balance between them. Although the concept of

sustainable development is perceived to have different meanings, the definition of sustainable development of the World Economic Development Commission has been adopted with a common acceptance in recent years.

According to this definition, sustainable development is defined as "development that can meet today's needs without compromising the possibilities of future generations to meet their own needs". In this direction, the discussions on the expression of sustainable development are combined in 3 main points: economic success, environmental justice, and social equality. An economically sustainable system is a system that can avoid excessive sectoral imbalances that damage agriculture and industrial production, protect domestic debt and public debt at manageable levels and produce goods and services based on continuity. An environmentally sustainable system refers to a system that can maintain a stable resource structure by avoiding the excessive use of renewable resource systems and consuming non-renewable resources with investments instead of replacing them with investments. This definition includes biodiversity, atmospheric stability and other ecosystem elements that are not classified as economic resources. A socially sustainable system is a system capable of achieving the adequacy of social services such as education, health, distribution equality, gender equality, political accountability and participation (Shah, 2008). One of the essential developments taking place in the world is the 1973 oil crisis. It has an significant role for countries to review their energy policies. Energy security and geopolitics have led to a review of economic sustainability issues (Spero, 1973). The importance of renewable energy has increased rapidly after 1973. In 1992, the United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC) drew attention to environmental problems and emphasized the importance of climate change. These important developments are important dates for sustainable development, and the Kyoto Protocol and the Paris Conference laid the foundations for a green and sustainable economy. The United Nations Development Program (UNDP) came into force in January 2016 and aims to impose 17 sustainable development criteria to countries on their systems. The main goal of this program is focused mainly on three groups; economic development, solving world problems and environmental sustainability. UNDP program will be examined in detail in the second chapter of the thesis and will emphasize the starting points of the indicators used by the article. According to the UNDP, sustainable development requires the simultaneous adoption of environmentalism, economic and social equality principles. Development is sustainable if it does not reduce the average quality of life. Sustainability requires generations of justice. Sustainable development is one of the most important elements that ensure intergenerational solidarity and development. The main objectives of sustainable development, which emphasizes that future generations should not be able to meet their own needs while ensuring that resources are sufficient for today's needs, are to ensure social solidarity, increase economic capability and place ecological responsibility.

In this sense, sustainability should not be perceived only as harmony between economy and ecology.

Sustainable development is a multidimensional concept that includes social, cultural, political and institutional processes and has various indicators. Objectives such as achieving economic development, achieving social solidarity and environmental protection objectives concern all actors at the global, regional, local and community levels, from all individuals and groups in society to all countries on earth. (Quaddus and Siddique, 2001). At the Stockholm Conference of 1972, which was realized with international participation, to achieve these goals, the principles that highlight the carrying capacity of the environment, consider equity between resources and use of resources, emphasize the association of the environment with economic and social development, and emphasize the coexistence of development and environment. At the 1992 Rio Conference, attention was drawn to the necessity of the participation of governments and other institutions and organizations to establish a sustainable development approach and environmental issues (Momtaz, 1996). Five documents were adopted at the Rio Conference aimed at changing the traditional understanding of development. For sustainable development, there are two main emphases in strengthening the role of business circles and the industry of management and economics in Agenda 21; Firstly, supporting sustainable production is evaluated as efficient resource use, production with less waste, production sensitive to human health and environment (UNDP, 1992).

Secondly, it is the development of responsible entrepreneurship understanding. Social reconciliation as a precondition for sustainable development offers global partnerships for a safe future, in Agenda 21. The concept of global partnership and traditional management has been replaced by the management understanding based on partnership and participation. Within the understanding of governance, local governments, non-governmental organizations and other local actors have begun to be seen as "partners" by the international community and central governments (Hibbard and Chun Tang, 2004). The 2002 Johannesburg World Sustainable Development Summit aims to implement the decisions taken at the UN Conference on Environment and Development held in 1992 in Rio and to address the challenges faced in achieving the set goals. This summit has resulted in two important decisions. The first is government commitments and issues to be implemented by governments as an action plan, while the second and more important is the responsibility to assume responsibility not only by governments but by all stakeholders. Aiming to achieve concrete actions and results, the Johannesburg Summit proposes to commercial organizations to develop a dialogue between businesses and other stakeholders in which they operate (Sustainable Development Knowledge Platform, 2002).

Formulation of the problem. The main goal of this article is to demonstrate approaches to defining the concepts of economic development and sustainable development for the activation of innovative activity and purposeful development of innovative potential of Ukraine.

The importance of the business at the global level has been increasing in recent years. Today, the world economic output is under the control of the largest companies in the world. For several years, sales of large groups such as General Motors and Royal Dutch Shell have been higher

than the gross national product of countries such as the Philippines and Venezuela. In addition to the multinational enterprises' purchasing, production and investment decisions and developing new technologies, their impact on society and the environment leads to the rise of demand for their responsibilities (Nikolaou et al., 2019). The growing role of businesses in society has led to the increasing focus of sustainable development in the business world in recent years. Nowadays, it is accepted that society will not be able to achieve sustainable development without the support of the company as companies represent the productive resources of the economy. For this reason, private companies need to work actively not only to create economic value and produce goods and services that increase living standards, but also to reduce the different environmental and social problems caused by their activities (Hahn and Scheermesser, 2006). Corporate sustainability is accepted as a new and developing company management paradigm. While institutional sustainability acknowledges that the growth and profitability of the company are important, at the same time, the company's environment to pursue social goals related to sustainable development such as protection, economic development, social rights and justice (Wilson, 2003).

Most societies are largely based on three important dynamics. These dynamics leading the way for the survival and development of societies; governments are business and nonprofit organizations. Each organization must work with one or the other to achieve its goals. Today, governments are moving to economic, environmental and social activities in the society and non-profit organizations (NGOs), and their cooperation is increasing. Globally, the balance of command over resources is less in governments, but it is growing in businesses and non-profit organizations. Governments are more concerned with promoting national competition and attracting foreign investment, after the free-market understanding of governments withdrawing from supplying goods and services directly. However, it cannot limit operational activities unnecessarily. Governments' power decreases as global increases. For this reason, the activities of companies are increasing despite the restriction of governments' activities globally. As such, companies operating globally can affect people's lives in many parts of the world. This effect comes with social responsibility and is pressured by the public to act as an important social actor by acting more responsibly. Non-profit organizations are interest and pressure groups, and they cooperate with companies in many activities they carry out. As a natural response to filling the empty areas of the government, the numbers and influence areas of these organizations are increasing (Marsden and Andriof, 1998). In this context, the distribution of duties in the triangle of government-business and social organizations concentrates on business and non-governmental organizations.

Businesses have always been an effective means of development and sustainable development by creating new products, expanding technology and increasing productivity, improving quality and improving service. Businesses are helping good things in life become affordable and affordable for an increasing number of people. This process is promoted by the competition and

those who risk their money and career with the need to provide sufficient income. However, we should measure the success of this process in terms of the results we create for others as well as for ourselves. For this reason, businesses should act with a sustainable development approach, not within the traditional development concept. Modeling the production and consumption process of goods and services is one of the most significant issues of sustainable development. Minimizing the environmental risks and losses arising from production, optimal energy, and raw material usage are of great importance at this point. For corporate sustainability, production and consumption should be ensured to be as sustainable as possible (Young and Tilley, 2006). The impact areas of companies on society can be classified in many ways.

Research results. The development organization "Sustainability" has put forward the phrase "Triple Bottom Line" covering economic, environmental and social performance. This development association recognizes that society, especially a backward society, cannot be expected to take part in sustainable environmental practices if the economic and social development factors are not reliable. Each of these factors affects the other. Economic, environmental and social performance are also mutually dependent. Sustainable corporate environmental and social performance always depends on successful economic performance. Today, many companies know that success in economic performance depends on social and environmental performance (Govindan et al., 2013).

In order to ensure corporate sustainable development, organizations need to reflect the three principles on their products, policies, and practices. These principles are:

1. **Environmental Integrity:** Companies are trying to reduce their negative effects on ecological structure with corporate environmental management. Each company has more or less environmental impact, as in the waste released to the environment during the production process. Enterprises generate environmental integrity by trying to minimize the negative effects they create to protect ecological equilibrium with reactive or proactive approaches.

2. **Social Equality:** Companies contribute to ensuring social equality in society through corporate social responsibility practices. Companies that fulfill their economic, legal and ethical obligations and engage in voluntary activities enable community members to access resources equally.

3. **Economic Welfare:** Companies also generate value by manufacturing goods and services. By improving the efficiency of these goods and services, they increase value formation. Creating value can take different forms. Value can be created by producing different and new products desired by consumers, reducing input costs or ensuring production efficiency.

In this sense, it can be expressed corporate sustainability as the realization of all activities of businesses within the framework of the dimensions of sustainable development. This reveals the importance and impact of businesses in sustainable development.

Energy, which is of primary importance in ensuring the development, welfare, and development of countries, has recently become one of the most strategic tools in the

international system. Energy policies address issues such as the safe access of energy resources to international markets in the short term, supply and pricing, and development plans and policies in the long term, etc. Although there is no problem in the supply of oil and natural gas for the next few decades, issues such as the search, production, and delivery of new reserves will continue to be the main problem areas affecting international relations. As the awareness of renewable energy increases, it is important for sustainable development policies, new investments will likely occur in line with international policies and countries' targets. These developing trends will shape the investments and focus of energy venture companies and they will likely shape their development policies and financing according to these trends (IEA, 2018). Having energy resources, being able to produce energy and keeping the transportation ways that bring the energy to the market under control are among the subjects that states focus on in foreign policymaking today. Energy security will continue to be one of the main issues that shape the foreign policies of the states in the coming period, both nationally and globally (Biresselioglu, 2014). The figure below summarizes the world's energy profile and includes general information. It is observed in the figure.

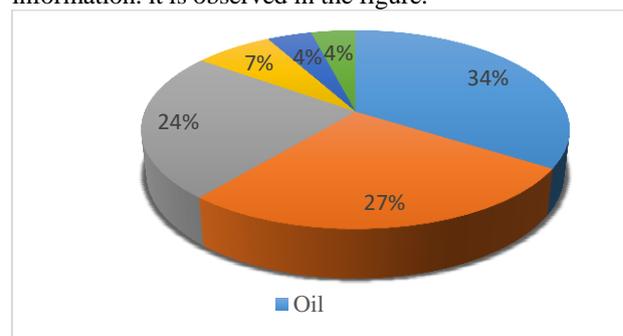


Fig - World's total primary energy consumption by fuel

When the sources that have the biggest share in primary energy consumption are oil, coal and natural gas, respectively. When the distribution of the energy resources consumed in the world is analyzed, it is seen that more than 2/3 of the consumption is obtained from depleted fossil fuel sources such as coal, oil and natural gas. Today, while the largest share in energy consumption is 85%, it is obtained from fossil fuels, that is, under the soil, while the remaining 15% is from nuclear energy and renewable energy sources. From another point of view, population and income growth is one of the main factors that cause an increase in energy consumption. The recent population growth, especially in non-Western countries, and the rapid industrialization and urbanization of these countries have led to major increases in primary energy demand such as oil and natural gas. As a natural result of this situation, the regions where energy-based rivalries and tensions are experienced generally shift to the geographies where these developing countries are located. Among these regions, the Caucasus, the Middle East, and West Africa stand out. Ukraine and Turkey as countries dependent on energy imports, the deficit in energy balance, unless reinforced by production, is likely to create an imbalance between the economy and consumption (EC, 2013).

The percentage of electricity generation by sources shows an average scheme worldwide. If we take the Figure as a reference, the most remarkable source of electricity generation seems to be coal. The leading source is followed by natural gas and hydroelectric. The ratios of these data, respectively, are 38, 23 and 19.

Access to oil has been one of the primary energy issues affecting the foreign policies of states for the last century. At the end of 2023, the world proved oil reserve was calculated around 1 trillion 730 billion barrels (BP, 2023). This amount is enough to meet the 5 more decades need considering the current consumption rate. Shows that the largest share in the existing reserves is Venezuela with a share of 17,5% followed by Saudi Arabia with 17,2% share in the world. The total reserve of these two countries is equal to one-third of the world total reserve. The distribution of oil reserves shows which countries have more names in global energy policies in today's period, as well as determine the main topics of discussion of the global economy. Since, recently, oil policies have become significant leverage in the political competition between producer countries and consumer countries, and the rise or fall of oil prices has become the means of making concessions from the rival country.

Conclusions. Sustainable Development, with its most common use, is to meet the needs of today's generations without compromising the opportunities of future generations to meet their own needs. Seeking sustainability from an economic, environmental and social perspective seems possible with the right plans and policies. Based on companies, there are many companies that have recently made it a policy to share their environmental and social aspects with the public as well as the economic dimension of their activities. While a large number of public companies are reporting in the corporate responsibility area, 95% of multinational companies listed in the Global Fortune 250 list and located in 34 different countries publish their activities and results in their employee rights, environment, and stakeholder relations, along with their annual financial reports. Multinational companies also carry their corporate responsibility practices to their local networks, thus contributing to the formation of a social responsibility culture in other stakeholders associated with these companies. From this point of view, energy companies need to take important steps towards sustainability and they need to evaluate these steps within the framework of accessibility, availability, acceptability, and affordability specified by WEC when implementing

policies. In light of this view, the Energy Strategy of Ukraine (ESU) until 2035, developed by Ukraine nationally, is of great importance for the development of the country and creating a sustainable model for the future. At this point, it will be a part of possible development for the country from the perspective of the country, taking the decisions that companies will take in line with these programs and goals, accepting ESU as a higher mind. If the issue of energy is specifically studied, if Ukraine pays attention to energy diversity, energy security and efficiency, it is inevitable for companies to walk towards 2035 targets with support policies. In addition, the use of renewable energy in the production of electrical energy, the more active use of hydroelectric energy and the modernization and continuation of nuclear energy are undoubtedly a direct impact on Ukraine's energy dependence. Finally, in order to understand the importance of sustainable development for energy companies, it is necessary to correctly understand and examine the 2020-2030 and 2050 energy and climate targets and policies targets of the European Union. If Ukraine will fully partner with Europe's energy system network in 2035, it would be a positive approach for energy companies and the Ukrainian economy to review these policies and decisions and take steps towards this goal.

The second chapter of the thesis has the development of various indicators and innovative sustainable development groups with statistics and mathematical methods and econometric processes to be analyzed for organization and economic mechanisms to energy companies, which are the main target of the article.

References

1. Slava S., Kalantaridis Chr., Savchenko O., Poberezhnyi R. "Open and sustainable innovation in the modern context of business-strategy development" [Open and sustainable innovation in the modern context of business-strategy development] // *Visnik Nacionalnogo tehnicnogo universitetu "Harkivskij politehnicnij institut" (ekonomichni nauki)* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences)]: зб. наук. пр. – Kharkiv: НТУ «ХПІ», no 3, 2021, pp.78-83
2. Barbosa, N. And Faria, A. P. 2011. 'Innovation across Europe: how important are institutional differences?' *Research Policy*, 40: 1157-1169.
3. Tomlinson, P. R. 2010. 'Co-operative ties and innovation: some evidence from UK manufacturing' *Research Policy*, 39: 762-775.
4. Innovative entrepreneurship: textbook/ authors: O. Savchenko, A. Tavkhelidze, A. Sokolov, E. Hakobyan at all Edited by Olga Savchenko. – Kharkiv: LL —Planeta-Print Ltdl, 2016. – 200 p..

Received 03.07.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Савченко Ольга Ігорівна (Savchenko Olga) - професорка кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; ORCID: 0000-0002-4407-6387 e-mail: Olga.Savchenko@khi.edu.ua

Побережний Роман Олегович (Poberezhnyi Roman) – доцент кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; ORCID: 0000-0001-9844-1004; e-mail: Roman.Poberezhnyi@khi.edu.ua

Вертіна Вікторія Юрївна (Verutina Viktoriia) - старша викладачка кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; ORCID:0000-0002-8989-9424; e-mail: Viktoriya.Veryutina@khi.edu.ua

O. HAVRYS, CHANGAN SUN, S. KUCHINA, M. GAVRYS

GAME THEORY AS A TOOL FOR MAKING OPTIMAL BUSINESS DECISIONS IN FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES

The article is devoted to the study of the effectiveness of game theory in making business decisions regarding foreign economic activity by enterprises in conditions of uncertainty. The sources of information on this issue were analyzed and it was found that further development of the application of game theory in the foreign economic activity of enterprises is necessary. It has been established that the ambiguity of economic development trends, which has been especially evident in recent years in Ukraine and the world, and the instability of the market regulation mechanism encourage enterprises to look for new ways to overcome uncertainty in their activities. When solving economic problems, conflict situations often arise, which are caused by the conflicting interests of various structures. The mathematical apparatus for solving this type of problem is game theory, which is the theory of building mathematical models of optimal decision-making in conflict conditions. Game theory is a theoretical direction in science, a set of methods of mathematical analysis and assessment of the rules of behavior of participants in a conflict situation, which involves the interaction of two or more participants (players) in order for each of them to achieve their goals. The advantages of game theory are analyzed, in particular, the possibility of formalizing the process of considering typical scenarios of decision-making by the parties to the conflict and choosing the procedure for coordinating interests that will be optimal for all its participants. The main concepts, principles and classifications of game theory are presented, the foundations for understanding the use of game theory in economics are laid. Analyzing the usefulness of game theory in market competition, development of enterprise development strategy, investment activities and other areas, the possibility of wide application and effectiveness of game theory in decision-making regarding foreign economic activities of enterprises is shown.

Keywords: Game theory; foreign economic activity; business decisions; uncertainty; conflicting interests; decision-making criteria

O. O. ГАВРИСЬ, ЧАН'АН СУНЬ, С. Е. КУЧІНА, М. О. ГАВРИСЬ

ТЕОРІЯ ІГР ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРИЙНЯТТЯ ОПТИМАЛЬНИХ БІЗНЕС-РІШЕНЬ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Стаття присвячена дослідженню ефективності теорії ігор у прийнятті господарських рішень щодо зовнішньоекономічної діяльності підприємствами в умовах невизначеності. Проаналізовано джерела інформації з даного питання і виявлено, що не обхідні подальші розробки застосування теорії ігор в зовнішньоекономічній діяльності підприємств. Встановлено, що неоднозначність тенденцій економічного розвитку, яка особливо проявляється останніми роками в Україні та світі, та нестабільність механізму ринкового регулювання спонукають підприємства шукати нові шляхи подолання невизначеності у своїй діяльності. При вирішенні економічних проблем часто виникають конфліктні ситуації, які викликані суперечливими інтересами різних структур. Математичним апаратом розв'язування такого типу задач є теорія ігор, яка є теорією побудови математичних моделей прийняття оптимальних рішень в умовах конфлікту. Теорія ігор — теоретичний напрям у науці, сукупність методів математичного аналізу та оцінки правил поведінки учасників конфліктної ситуації, що передбачає взаємодію двох або більше учасників (гравців) з метою досягнення кожним із них їхні цілі. Проаналізовано переваги теорії ігор, зокрема можливість формалізації процесу розгляду типових сценаріїв прийняття рішень сторонами конфлікту та вибору процедури узгодження інтересів, яка буде оптимальною для всіх його учасників. Викладено основні поняття, принципи та класифікації теорії ігор, закладено основи розуміння використання теорії ігор в економіці. Аналізуючи корисність теорії ігор у ринковій конкуренції, розробці стратегії розвитку підприємства, інвестиційній діяльності та інших сферах, показано можливість широкого застосування та ефективність теорії ігор у прийнятті рішень щодо зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Ключові слова: теорія ігор; зовнішньоекономічна діяльність; бізнес-рішення; невизначеність; конфлікт інтересів; критерії прийняття рішень

Introduction. Analysis of various games was carried out back in Ancient China, among others, for example, Go stands out - a logical game containing a strategic component, where players compete for territory, but works in which the search for optimal strategies in games was formulated as a mathematical model appeared only in the 17th century. The first studies of games in the economic literature should be considered the works of mathematicians and economists of the 19th century, which considered the problems of production and pricing in an oligopoly. In 1944, game theory was formed as an independent mathematical discipline by American scientists – mathematician J. von Neumann and economist O. Morgenstern. Unlike other branches of mathematics, which are mainly of physical or physical-technological origin, game theory from the very beginning of its development was aimed at solving problems that arise in the economy (namely, in a competitive economy).

Game theory, as a branch of operations research, is a theory of mathematical models of most favorable decision-making in conditions of uncertainty or conflict between several parties with different interests. The essence of the theory is to establish the optimal strategy of behavior in conflict situations. The goal is to determine the optimal strategy for each player, which is understood

as a set of rules determining the choice of his actions at each individual move depending on the existing situation. For example, the decision to enter a new market, the definition of a production strategy, entering into a coalition with another market participant.

Game theory and economics are inextricably linked to each other, as game theory problem-solving methods help determine the best strategy for various economic situations, including in the field of foreign economic activity. In general, the methods of game theory help to conduct economic experiments in conditions of uncertainty, to evaluate at a qualitative level various options for the country's strategic economic policy, to make appropriate decisions with maximum benefit, to predict in general terms the consequences of decisions made or changes in the external market situation.

Actuality. In modern economic conditions, the majority of enterprises conduct foreign economic activities. When carrying out any business transaction, there is always the possibility of a negative scenario, but it is foreign economic activity that is the sphere of the company's activity that is most characterized by riskiness and uncertainty. Due to fluctuations in the global economic situation, frequent policy adjustments and rapid technological innovations, businesses face great

challenges when making business decisions. In Ukrainian realities, martial law and constant shelling of the territory is added to this. In this context, it is especially important to find a tool that will help enterprises make optimal business decisions in conditions of uncertainty. This article discusses the application of game theory in economics, including the foreign economic activity of enterprises and its impact on enterprise decision-making and market competition.

Review of the recent literature and formulation of the research problem. Game theory as a way of solving various economic problems was and continues to be in the field of interest of many economists. It should be noted that the Nobel Prize in Economics was awarded several times specifically for developments related to game theory.

It is worth noting that at the current stage quite a lot of Ukrainian and foreign scientists are investigating various aspects of using game theory in solving problems of an economic nature [1-14]. In particular, we should note T.I. Oleshko, M.O. Lobanov [1], I.O. Moroz [9], O.V. Korzachenko [2], N.I. Havlovsk [13], who in their works proved the usefulness of applying this theory to improve economic decisions in conditions of uncertainty. Studies of the development of the use of game theory methods in foreign economic activities show that domestic scientists did not pay enough attention to this aspect. But here it is necessary to emphasize the thorough scientific research on this issue by D. V. Kulish, who is working on the development of a model of the antagonistic game of choosing the strategy of foreign economic activity in the modern digital environment [5].

Foreign scientists are also studying the general issues of using game theory in economic activity, here, for example, we note the works of J. McMillan [7], L. Samuelson [10] and others. Chinese scientists pay special attention to the study of game theory, in particular, the field of scientific interests of Yu Chen, Anthony G. O. Yeh, Yingxuan Zhang [12] is the political and economic analysis of China's regional cooperation, C. Liang, N. Liu, Y. Liu [3] investigate the peculiarities of trade cooperation between China and USA in the context of game theory. The work of such scientists as V. L. Mughwai [4], G. Askari, M. E. Gordji, S. Shabani, J. A. Filipe [6], Chaitanya Khurana [8] and others is also devoted to international trade. S. Hidalgo-Gallego, R. Núñez-Sánchez and P. Coto-Millán [11] explore the application of game theory and port economics.

The above analysis of sources of information on this issue proves that further development of the application of game theory in the foreign economic activity of enterprises is necessary.

The purpose of the study. In business, decision-making is often influenced by the actions of other decision-makers. Such interconnectedness and strategic interaction significantly complicates the decision-making process. Game theory allows modeling the behavior of several subjects, when the decision-making criterion of each depends on the decisions made by others, is a powerful tool for understanding and analyzing this complexity. The purpose of the proposed work is the study of the application of game theory in the foreign

economic activity of enterprises and the analysis of its influence on decision-making and market competition.

Presentation of the main research material. When solving a number of economic problems, conflict situations often arise, generated by the conflicting interests of different structures. The mathematical apparatus for solving this type of problem is game theory, which is the theory of constructing mathematical models for making optimal decisions in conditions of conflict. An important task of game theory is also the development of recommendations regarding the rational actions of participants in a conflict situation.

The game is a model of conflict situation. Permissible actions of each of the players aimed at achieving a certain goal are called the rules of the game. In the economy, players are partners who are parties to the conflict. The player's task is to find the optimal strategy, which, under the condition of multiple repetitions of the game, provides this player with the maximum possible average profit. The result of the conflict is the winning or losing of one of the players [1].

The game differs from a real conflict in that it is conducted according to certain rules, for its description you need to know:

- number of subjects – players participating in the conflict;
- action options for each of the players, which are called strategies;
- functions of winning or losing (payment) of the conflict result.

Authoritative sources in economic science consider this theory as the main direction for analyzing situations that require coordination of the interests of the parties. The advantage of game theory is, among other things, the possibility of formalizing the process of considering typical decision-making scenarios by the parties to a conflict and choosing a procedure for reconciling interests that is most effective for all its participants. This approach is adequate to describe the situation at modern domestic enterprises for the following reasons:

1. Game theory allows to construct and analyze various scenarios and mechanisms for coordinating the interests of the parties to the conflict.

2. Game theory makes it possible to identify those restrictions that affect the results of the coordination of the interests of the parties, and to change them as necessary for key players.

3. Models of economic behavior of the parties, obtained on the basis of game theory, are quite universal and can be applied to a wide range of enterprises of various forms of ownership and sectors of the economy.

4. Models obtained on the basis of game theory can be structured into a database and knowledge that makes it possible to algorithmize the control process [9].

Game theory, as a mathematical theory that studies how decision-making agents choose their own actions in accordance with the behavior of other decision-making agents in a particular environment, provides us with strong support in making optimal business decisions under uncertain conditions. The decision-making structure of game theory includes the basic elements such as

players, a set of strategies, and a payoff function, which together form the basis of decision-making in game theory. In times of uncertainty, these elements can help companies analyze the market environment, competitor behavior, and potential outcomes to make more informed and effective business decisions.

In particular, the game theory decision-making framework under uncertain conditions can help firms:

Identify the players: in a complex market environment, companies need to identify their competitors, partners and other stakeholders to better analyze the impact of their actions on decisions.

Construct a set of strategies: according to the market environment and the company's own strengths, it is necessary to develop a number of possible action plans that constitute a set of company strategies. By creating a set of policies, companies can look at options more holistically and make more flexible and adaptable decisions.

Estimate the payoff function. The payoff function measures how much a business wins or loses under different combinations of strategies. In an environment of uncertainty, enterprises need to pay more attention to the dynamic changes in the payment function in order to timely adjust strategies and respond to market changes.

There are several different criteria that are designed to justify the choice of a certain strategy among others when a decision is made under conditions of uncertainty. The task is to find such a decision option, which is the most profitable (expedient) compared to other options.

To make decisions under conditions of uncertainty and risk using a static game model, the input information is presented in the form of a matrix (table), the rows of which are possible alternative solutions, and the columns are the states of the system (environment). Each decision alternative and each state of the system (environment) corresponds to a result (consequence of the decision), which determines the costs or gain for choosing a given decision alternative and implementing a given state of the system.

Table - Payoff matrix

	S_1	$S...$	S_m
A_1	a_{11}	...	a_{1n}
$A...$
A_n	a_{n1}	...	a_{nm}

Where: A_i is the alternative of the i -th solution ($i = n$); S_j – possible j -th state of the environment ($j=1,m$); a_{ij} is the result (consequence of the decision).

When making decisions under conditions of uncertainty, the following decision selection criteria are most often used:

- Wald criterion;
- maximax criterion (criterion of extreme optimism);
- criterion of pessimism;
- Savage's criterion;
- Hurwitz criterion.

In fact, the criterion is an approach, a philosophy of decision-making.

In order to better demonstrate the application of game theory to business decision-making, we will show how to construct game theory models and apply them to real business through concrete cases. These cases will involve competitive strategy analysis, cooperation strategy formulation and other aspects, aiming to help enterprises better understand and apply game theory.

In the analysis of competitive strategy, enterprises can use the game theory model to analyze the behavior and possible results of competitors, to formulate more targeted competitive strategies. For example, an enterprise can predict the pricing strategy of its competitors by constructing a price competition model, and adjust its own pricing strategy accordingly to obtain the maximum profit.

In the formulation of cooperation strategy, enterprises can use the game theory model to analyze the interest relationship and cooperation mode between partners, to formulate a more stable and effective cooperation strategy. For example, enterprises can build a cooperation game model to analyze the income distribution and cost sharing under different cooperation modes, and choose the appropriate partners and cooperation modes accordingly.

In the conditions of global economic development, foreign economic activity is an important factor of economic growth for any state. It can manifest itself in various forms of entry of enterprises to the foreign market. Due to the implementation of foreign economic activities, countries solve the problems of shortage of food and raw materials, energy carriers, and so on.

Every enterprise strives to make the most optimal business decision, but since foreign economic activity involves the need to act in conditions of a high level of uncertainty, enterprises are usually faced with the choice of several decision-making methods. Besides game theory, there are other methods such as decision trees and Monte Carlo simulation. Let us analyze the advantages and disadvantages of these game theories and how to choose the most suitable decision-making method according to the actual situation in enterprises.

In particular, decision making based on game theory has the following advantages over other approaches:

Analysis of strategic interaction. Game theory can deeply analyze the strategic interactions between participants and help businesses better understand market dynamics and competitor behavior.

Dynamic adjustment: The game theory model can dynamically adjust parameters and strategies according to market changes, making the decision-making process of enterprises more flexible and adaptive.

Long-term perspective. Game theory focuses on long-term benefits rather than short-term gains, which helps businesses develop more stable and sustainable growth strategies.

However, decision making in game theory also has some limitations, such as building a complex model and a large amount of computation. Therefore, in practical applications, enterprises need to select suitable decision-making methods according to their situations and needs.

Game theory helps companies make more informed and effective decisions by providing a mathematical

theory and methodology for analyzing strategic interactions. Here's how game theory is used to make business decisions:

Competitor analysis: game theory can help businesses analyze competitors' intentions and plans of action, and formulate appropriate strategic plans. For example, during market competition, businesses can predict competitors' pricing strategies and product strategies using game theory models to make more informed market positioning and competitive strategies.

Risk assessment decision-making: game theory can assess possible outcomes and rewards, thereby helping companies assess risks and determine the best strategic plan. Businesses can use a game theory model to simulate different market environments and competitive situations, analyze the risks and benefits that different strategies may bring, and choose the best decision-making scheme. Risk management must be based on the identification of all factors of internal and external formation, potentially capable of negatively affecting the company's activities [15].

Predicting market changes: game theory can help companies predict market changes and thus adjust their strategies in advance. For example, when faced with uncertain factors such as changes in market demand, technological progress, or policy adjustments, businesses can use game theory models to analyze the impact of these factors on the pattern of market competition and the behavior of participants to develop coping strategies in advance.

Optimizing cooperation strategy: in cooperation, game theory can help enterprises analyze the relationships of interest between partners and develop more stable and effective cooperation strategies. For example, in supply chain management, enterprises can use the game theory model to analyze the cooperative relationship between suppliers and manufacturers, and formulate a reasonable profit sharing and cost sharing mechanism to achieve long-term stability and optimization of the supply chain.

Building a strategy set: the concept of a strategy set in game theory can help a business build a range of possible courses of action. These programs can be designed according to the market environment and the company's own strengths, so that the company can respond quickly when faced with different situations.

In order to better understand the application of game theory in economics, we need to show how to construct and analyze game theoretic models through concrete cases. Here's a simple example:

Suppose there are two companies in a market, and they need to decide how much they can produce. Each firm's output decision will affect the market price and each other's returns. In this game, each firm needs to consider the other's output decisions and make their own output plans accordingly. By constructing a game theory model, we can analyze market prices and firm profits under different combinations of output and find an equilibrium solution. This equilibrium solution is the optimal output decision of two firms under given conditions.

By constructing and analyzing game theory models, we can gain a deeper understanding of strategic

interactions among market participants and the formation of equilibrium outcomes. This helps us to better predict market changes and corporate behavior, providing strong support for corporate decisions.

In short, game theory provides a systematic analytical framework and tools to help businesses better understand and cope with complex and changing market environments in order to gain competitive advantage. However, it should be noted that game theory is not a panacea, it is only a tool to facilitate decision-making, enterprises also need to combine their own real situation and market environment for comprehensive consideration and decision-making.

Conclusions and prospects for further research.

This article explores game theory as a tool for making optimal business decisions under conditions of uncertainty for the foreign economic activities of enterprises. By presenting the decision-making framework of game theory under uncertain conditions, creating and applying models, and comparing with other methods, the broad application and unique benefits of game theory in business decision making are demonstrated. Applying game theory to real-life business has been proven to increase the likelihood of making the most rational decisions to solve problems that arise in uncertain markets and achieve success. At the same time, businesses are encouraged to pay attention to the simplification and practicality of the model and combine it with other methods when applying game theory to better meet the real needs of enterprises.

References

- Oleshko T.I., Lobanov M.O. Ekonomichni zadachi v teorii ihor [Economic problems in game theory]. *Problemy systemoho pidkhodu v ekonomitsi* [Problems of Systemic Approach in the Economy]. 2018. Vol. 3(65). Pp. 120-124.
- Korzachenko O. V. Evoliutsiia modelei pryiniattia rishen: vid klasychnoi politekonomii do bikheviorystskoi ekonomiky [Evolution of decision-making models: from classical political economy to behavioral economics]. *Modeliuvannia ta informatsiini systemy v ekonomitsi : zb. nauk. pr.* [Modeling and information systems in the economy: collection. of science works]. Kyiv : KNEU, 2020. Vol. 100. Pp. 103-112.
- Liang C., Liu N., Liu Y. The Game Between China and the United States Based on Trade in the Epidemic Era. *2nd International Conference on Enterprise Management and Economic Development (ICEMED 2022)*, 2022. Pp. 134-141.
- Mughwai V. L. Game theory and its application in international trade : use of strategic games in trade policy. *Academic journal of economic studies*. Bucharest : Editura Universitară, 2020. Vol. 6(2). Pp. 96-101.
- Kulish D.V. Building a model of the antagonistic game of choosing the strategy of foreign economic activity in the conditions of digitalization. *Socio-economic relations in the digital society*, 2023. Pp. 144-154.
- Askari G., Gordji M.E., Shabani S., Filipe J.A. Game Theory and Trade Tensions between Advanced Economies. *European Research Studies Journal*. 2020. Volume XXIII, Special Issue 1, Pp. 50-65.
- J. McMillan. *Game Theory in International Economics*. Publisher(s) : Taylor & Francis, 2013. 120 p.
- Chaitanya Khurana. Review of Game Theory Applications in International Trade. *International Journal of English Literature and Social Sciences (IJELS)*. 2022. Vol. 7(1). Pp. 196-206.

9. Moroz I.O. Do pytannia metodolohichnoho obgruntuvannia vykorystannia instrumentarii teorii ihor v upravlinni ekonomichnymy systemamy [To the issue of methodological substantiation of the use of game theory tools in the management of economic systems]. *Suchasni zastosuvannia fundamentalnykh nauk u vyrobnychkykh protsesakh – 2011. Materialy I rehionalnoi naukovo-praktychnoi konferentsii molodykh naukovtsiv* [Modern applications of fundamental sciences in production processes - 2011. Materials of the 1st regional scientific and practical conference of young scientists]. Vinnytsia: VNAU, 2011. Pp. 195-196.
10. Samuelson L. Game Theory in Economics and Beyond. *Journal of Economic Perspectives*. 2016. Vol. 30(4). Pp. 107-130.
11. Hidalgo-Gallego S., Núñez-Sánchez R., Coto-Millán P. Game theory and port economics: a survey of recent research. *Journal of Economic Surveys*, 2017, Vol. 31(3). Pp. 854-877.
12. Chen Yu, Yeh Anthony G. O., Zhang Yingxuan. Political tournament and regional cooperation in China: a game theory approach. *The Annals of Regional Science*, 2017. Vol. 58(3), Pp. 597-622.
13. Havlovska N.I. Ekonomichna bezpeka zovnishnoekonomichnoi diialnosti promyslovykh pidpriemstv: otsiniuvannia, modeliuvannia, mekhanizm zabezpechennia : monohrafiia [Economic security of foreign economic activity of industrial enterprises: assessment, modeling, mechanism of provision: monograph]. Khmelnytskyi : FOP Melnyk A. A., 2016. 480 p.
14. Bondar O.A. Interpretatsiinyi skhematyzm upravlinnia ekonomichnymy systemamy : Monohrafiia [Interpretive schematism of management of economic systems: Monograph]. Kiev: Naukovyi svit, 2013. 121 p.
15. Kuchina S. E., Romanchuk T.V., Dashko Yu.R. Protsey upravlinnia ryzykamy pry obhruntuvanni ekonomichnykh rishen [The process of risk management when justifying economic decisions]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KhPI". Ekonomichni nauky* [Bulletin of the National Technical University "KhPI". Economic sciences]. Kyiv: NTU "KhPI", 2020. no 6 (8). Pp. 61-65.

Received 04.07.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Гавриць Ольга Олександрівна (Havrys Olha) – старший викладач, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3247-6885>; e-mail: Olha.Havrys@khpri.edu.ua

Сунь Чан'ан (Sun Changan) – студент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент 5 курсу кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, м. Цін'ян, провінція Ганьсу, Китайська Народна Республіка; ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-0427-8148>; e-mail: Sun.Changan@emmb.khpri.edu.ua

Кучіна Світлана Едуардівна (Kuchina Svetlana) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7619-4361>; e-mail: Svitlana.Kuchina@khpri.edu.ua

Гавриць Микола Олександрович (Gavrys Mykola) – кандидат економічних наук, старший викладач, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри обліку і фінансів, м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8316-1472>; e-mail: Mykola.Gavrys@khpri.edu.ua

П.Г. ПЕРЕРВА, М.А. МАЩЕНКО, Н.П. ТКАЧОВА, І.В. ДОЛИНА
ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ
«РОЗУМНОГО ПІДПРИЄМСТВА»

У статті розглядається роль економічної оцінки в процесі комерціалізації інновацій в контексті управління "розумними підприємствами", аналізується важливість економічної оцінки комерціалізації інновацій в системі менеджменту "розумного підприємства". Доведено, що інновації є ключовим елементом для досягнення успіху підприємств у системі «розумного підприємства». Ефективна їх комерціалізація може сприяти підвищенню продуктивності та конкурентоспроможності. Оцінка економічної доцільності впровадження інновацій є важливим процесом, який дозволяє підприємствам проаналізувати, чи є потенційні вигоди від інвестицій у нові технології вищими за витрати. Автори розглядають ключові аспекти, такі як ефективність впровадження інновацій, методи моніторингу фінансових результатів та управління ризиками. Особливу увагу приділено використанню аналітичних інструментів і даних для прийняття зважених рішень. Стаття підкреслює необхідність змін в організаційній культурі для сприяння інноваційності та конкурентоспроможності. Постійний моніторинг економічних показників і результатів впроваджених інновацій дозволяє оперативно коригувати стратегії та процеси для досягнення максимального результату. Ефективні стратегії управління ризиками можуть знизити невизначеність, пов'язану з впровадженням нових технологій, що особливо важливо в умовах конкурентного середовища. Особливу увагу приділено інтеграції інноваційних технологій та бізнес-процесів, які забезпечують підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємств. Автори аналізують ключові аспекти економічної оцінки, такі як вибір показників ефективності, методи моніторингу результатів впровадження інновацій, а також стратегії управління ризиками. Підкреслюється важливість використання аналітичних інструментів і великих даних для ухвалення зважених рішень, що реагують на зміни ринкової ситуації. Стаття також відзначає, що для успішної комерціалізації інновацій необхідна адаптація організаційної культури, що сприяє відкритості до нових ідей і здатності до їх реалізації. В результаті представлено концептуальну модель економічної оцінки, яка може бути використана підприємствами для ефективного управління інноваційними проектами. Пропонована до використання на практиці концептуальна модель економічної оцінки включає в себе практичні рекомендації для успішної комерціалізації інновацій у бізнес-середовищі. Викладені в статті науково-методичні положення та рекомендації є важливими для розуміння суті та значення економічної оцінки в процесі комерціалізації інновацій у сучасному бізнес-середовищі, що сприяє розвитку «розумних підприємств».

Ключові слова: розумне підприємство, інноваційна продукція, комерціалізація, фактори ефективності, комерційний потенціал, форми, моделі, промислові підприємства

P.G. PERERVA, M.A. MASHCHENKO, N.P. TKACHOVA, I.V. DOLYNA
ECONOMIC ASSESSMENT OF COMMERCIALIZATION OF INNOVATIONS IN THE "SMART
ENTERPRISE" MANAGEMENT SYSTEM

The article considers the role of economic evaluation in the process of commercialization of innovations in the context of management of "smart enterprises", analyzes the importance of economic evaluation of commercialization of innovations in the management system of "smart enterprise". It has been proven that innovation is a key element for the success of enterprises in the "smart enterprise" system. Their effective commercialization can help increase productivity and competitiveness. Evaluating the economic feasibility of innovation is an important process that allows businesses to analyze whether the potential benefits of investing in new technologies are higher than the costs. The authors consider key aspects such as the effectiveness of innovation implementation, methods of monitoring financial results and risk management. Special attention is paid to the use of analytical tools and data for making informed decisions. The article emphasizes the need for changes in organizational culture to promote innovation and competitiveness. Constant monitoring of economic indicators and the results of implemented innovations allows to quickly adjust strategies and processes to achieve the maximum result. Effective risk management strategies can reduce the uncertainty associated with the introduction of new technologies, which is especially important in a competitive environment. Special attention is paid to the integration of innovative technologies and business processes, which ensure increased efficiency and competitiveness of enterprises. The authors analyze key aspects of economic evaluation, such as the selection of performance indicators, methods of monitoring the results of innovation implementation, as well as risk management strategies. The importance of using analytical tools and big data to make informed decisions that respond to changes in the market situation is emphasized. The article also notes that the successful commercialization of innovations requires the adaptation of organizational culture, which promotes openness to new ideas and the ability to implement them. As a result, a conceptual model of economic evaluation is presented, which can be used by enterprises for effective management of innovative projects. The conceptual model of economic evaluation proposed for use in practice includes practical recommendations for successful commercialization of innovations in the business environment. The scientific and methodological provisions and recommendations presented in the article are important for understanding the essence and significance of economic evaluation in the process of commercialization of innovations in the modern business environment, which contributes to the development of "smart enterprises".

Keywords: smart enterprise, innovative products, commercialization, efficiency factors, commercial potential, forms, models, industrial enterprises

Постановка проблеми. У сучасних умовах швидкої цифрової трансформації та зростаючої глобальної конкуренції інновації стали невід'ємною частиною розвитку будь-якого бізнесу. Інновації не тільки підвищують ефективність підприємства, але й забезпечують йому здатність адаптуватися до швидкозмінних ринкових умов. Особливо це стосується впровадження нових технологій у рамках концепції «розумного підприємства», яке базується на використанні передових цифрових інструментів, таких як штучний інтелект, інтернет речей, великі дані та автоматизація. Глобалізація та швидкий розвиток

технологій інновації стають основним драйвером економічного зростання і конкурентоспроможності підприємств. Комерціалізація інновацій є важливим процесом, який дозволяє підприємствам не лише зберігати свою позицію на ринку, але й забезпечувати стійкий розвиток у довгостроковій перспективі. Особливо це стосується так званих «розумних підприємств» - організацій, що активно впроваджують сучасні технології, такі як штучний інтелект, великі дані та інтернет речей, для автоматизації та оптимізації своїх бізнес-процесів.

Комерціалізація інновацій, тобто процес

перетворення нових технологічних рішень та розробок у комерційно успішні продукти або послуги, є ключовим викликом для підприємств у будь-якій галузі. Водночас економічна оцінка цього процесу стає критично важливою для ухвалення управлінських рішень, оскільки дозволяє зважити ризики і вигоди, пов'язані з впровадженням інновацій. Економічна оцінка комерціалізації інновацій в системі менеджменту розумного підприємства набуває особливого значення, оскільки вона дозволяє визначити рентабельність інноваційних проектів, оцінити ризики та можливості, а також оптимізувати стратегії управління інноваціями. В сучасних умовах нестабільності ринкових умов та зростаючої конкуренції, підприємства стикаються з необхідністю швидко адаптуватися до змін і впроваджувати нові рішення, що потребує ретельної економічної оцінки.

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що у сучасній економіці підприємства, які не впроваджують інновації, втрачають конкурентоспроможність і ринкові позиції. Інвестиції в інновації можуть мати значні ризики, але водночас потенційні вигоди, пов'язані з впровадженням новітніх технологій, можуть кардинально змінити структуру виробництва і управління, скорочуючи витрати і підвищуючи продуктивність. Питання економічної оцінки стає особливо важливим для ефективного управління цими процесами, що робить тему статті надзвичайно актуальною для досліджень.

Метою статті є дослідження ключових аспектів економічної оцінки комерціалізації інновацій, їх впливу на ефективність управління розумним підприємством та визначення основних критеріїв, за якими можна оцінити успішність інноваційних проектів. Це дозволить сформулювати практичні рекомендації для підприємств, що прагнуть оптимізувати процеси впровадження інновацій та підвищити свою конкурентоспроможність на глобальному ринку.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Аналіз літературних джерел з теми економічної оцінки комерціалізації інновацій в системі менеджменту «розумного підприємства» охоплює широкий спектр досліджень у сфері інноваційного менеджменту, цифрових технологій та економічної ефективності. Основні напрями досліджень зосереджені на вивченні механізмів впровадження інновацій, оцінці їхньої економічної рентабельності та аналізі факторів успіху в контексті «розумного» управління. Багато дослідників, таких як П. Друкер, Ф. Малерба та Дж. Тид, акцентують увагу на важливості інновацій як стратегічного ресурсу підприємства. У роботах цих авторів інновації розглядаються як інструмент для досягнення конкурентних переваг і забезпечення довгострокового зростання підприємства. Вони підкреслюють, що успішна комерціалізація інновацій потребує не тільки технологічних рішень, але й ефективної стратегії управління змінами. Наукові дослідження у сфері економічної оцінки інновацій часто зосереджуються на визначенні основних фінансових показників, таких як чистий приведений дохід (NPV), внутрішня норма прибутковості (IRR), період окупності інвестицій, що дозволяє оцінити рентабельність інноваційних проектів.

Наприклад, роботи С. Шмалензі та Л. Берсона підкреслюють важливість економічного обґрунтування інвестицій у нові технології для того, щоб мінімізувати ризики і збільшити потенційну віддачу. Вагомий внесок у дослідження тематики «розумного підприємства» зробили науковці, які вивчають цифрову трансформацію бізнесу. Зокрема, М.Портер та Дж.Хеллман у своїх роботах зосередилися на використанні інтернету речей (IoT), великих даних (Big Data) та штучного інтелекту (AI) для підвищення ефективності управління і виробництва. Вони стверджують, що інтеграція цих технологій дозволяє оптимізувати виробничі процеси, зменшити витрати і підвищити прибутковість, що є ключовим аспектом економічної оцінки. У численних дослідженнях підкреслюється важливість управління інноваційними ризиками, таких як роботи Д.Тіса і Г.Чесбро. Вони розглядають модель відкритих інновацій, де підприємства співпрацюють з зовнішніми партнерами, інвесторами та науковими установами для зменшення витрат на дослідження та розробки і підвищення успішності комерціалізації нових продуктів або технологій. Захист інтелектуальної власності також є важливим фактором комерціалізації інновацій. У роботах таких авторів, як Д.Теевен і П.Лонг, акцентується увага на тому, що належний захист патентів та авторських прав забезпечує стійку конкурентоспроможність підприємств та підвищує їхню вартість на ринку. Значна частина літератури присвячена аналізу практичних кейсів впровадження інновацій у таких підприємствах, як Siemens, Bosch та General Electric, що дозволяє краще зрозуміти, як застосовуються теоретичні моделі у реальних умовах. Ці кейси демонструють ефективність інвестицій у цифрові технології та їх вплив на бізнес-процеси в рамках «розумного підприємства».

Аналіз літературних джерел показує, що економічна оцінка комерціалізації інновацій у системі менеджменту розумного підприємства є комплексним процесом, що поєднує елементи інноваційного менеджменту, фінансового аналізу та використання новітніх технологій. Основні наукові дослідження акцентують увагу на важливості інтеграції цифрових рішень у виробничі процеси та економічному обґрунтуванні інвестицій у інновації як запоруки успіху на глобальному ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Методологічна сутність теми даного дослідження полягає в розробці комплексного підходу до оцінки економічної ефективності комерціалізації інновацій у сучасних підприємствах, які впроваджують концепцію «розумного підприємства». Це передбачає використання різноманітних методів і моделей, що дозволяють оцінити як результативність інноваційних проектів, так і їх вплив на загальні бізнес-процеси. В основі методології лежить системний підхід, що охоплює всі аспекти комерціалізації – від дослідження ринку до реалізації інноваційних рішень. Аналіз проводиться у контексті внутрішніх і зовнішніх факторів, впливаючи на ефективність впровадження новітніх технологій. У процесі економічної оцінки використовуються поєднання кількісних (фінансові показники, аналіз витрат і доходів) і якісних (споживчі переваги, інноваційна культура)

методів. Це дозволяє отримати більш повну картину ефективності комерціалізації. Методологія також включає етапи моніторингу та контролю, які забезпечують постійний аналіз результатів впровадження інновацій та можливість корекції стратегії на основі отриманих даних. Ключовою частиною методології є управління ризиками, зокрема виявлення, оцінка і мінімізація ризиків, пов'язаних із комерціалізацією нововведень, що дозволяє знизити можливі втрати і забезпечити стабільність підприємства, акцентується увага на необхідності розвитку інноваційної культури в організації, що сприяє підтримці ідей, креативності та готовності до змін з боку співробітників. Таким чином, методологічна сутність теми даного дослідження надає інструменти та підходи, які допомагають підприємствам не лише оцінити економічну ефективність інновацій, але й забезпечити їх успішну реалізацію в умовах динамічного ринкового середовища.

Економічна оцінка комерціалізації інновацій в системі управління «розумного підприємства» є важливим аспектом для визначення ефективності та рентабельності інноваційних технологій та підходів. Основні складові цієї оцінки включають аналіз витрат і доходів, фінансових ризиків, а також ринкових можливостей (рис.).

впровадження інноваційного продукту або послуги на ринок. Правильний аналіз витрат дозволяє зменшити фінансові ризики, оцінити рентабельність проекту та ефективно розподілити ресурси. При комерціалізації інновацій важливо враховувати всі витрати, пов'язані з розробкою, впровадженням та підтримкою інноваційних рішень. Це можуть бути витрати на дослідження і розробки (R&D), виробничі витрати, а також витрати на маркетинг та продаж. Аналіз витрат на комерціалізацію інновацій є критично важливим для забезпечення успіху інноваційного проекту. Він дозволяє визначити загальну суму інвестицій, які необхідні для виведення продукту на ринок, і допомагає мінімізувати ризики невдачі. Ретельне планування всіх видів витрат допомагає підприємствам розробити ефективну стратегію управління фінансами і підвищити рентабельність інновацій.

Оцінка ринку та попиту на інноваційні розробки, які є об'єктом комерціалізації є надзвичайно важливим етапом дослідження, який практично і забезпечує успішність комерціалізації інновацій. Це передбачає аналіз ринкових тенденцій, конкурентів, а також вивчення споживчого попиту. Прогнозування ринку дозволяє визначити потенційні прибутки і ризики. Першим етапом є оцінка ринку, в яку входять дослідження конкурентного середовища, аналіз цільової

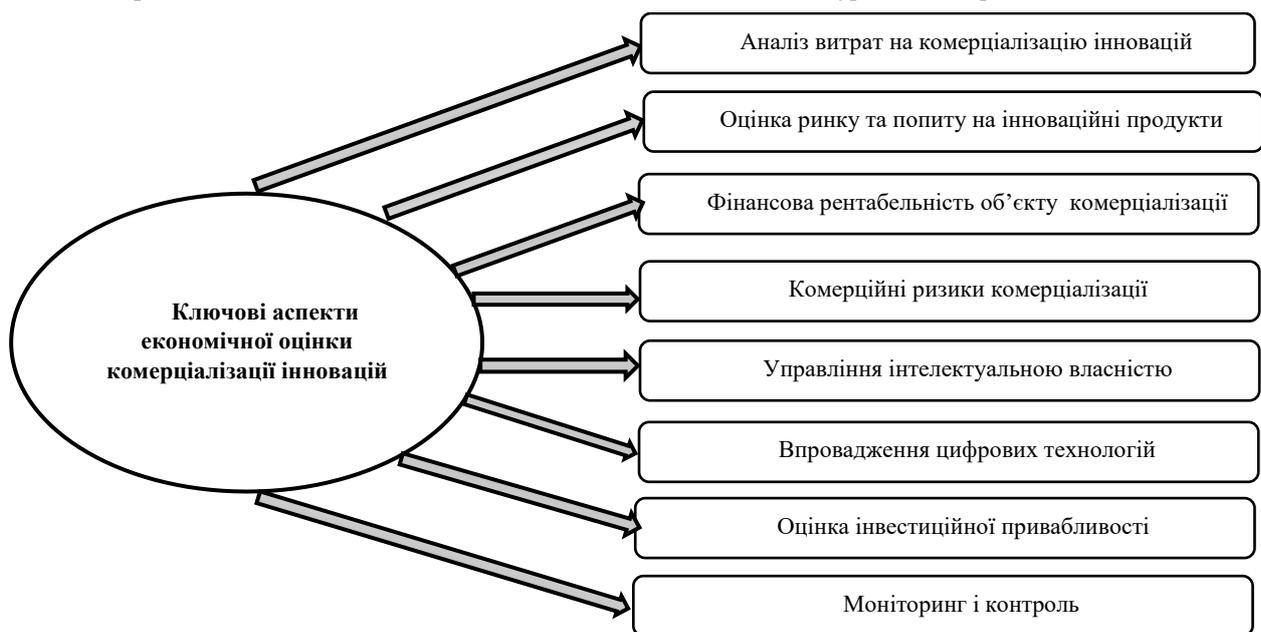


Рисунок – Формування складових економічної оцінки комерціалізації інновації в системі менеджменту «розумного підприємства»

Джерело: авторська розробка

Формування складових економічної оцінки комерціалізації інновацій в системі менеджменту «розумного підприємства» включає кілька ключових етапів (рис.1), кожен з яких спрямований на оцінку економічної доцільності, ризиків та ефективності інноваційних проектів. Проведемо більш детальний аналіз кожного з пропонованих ключових напрямків економічної оцінки комерціалізації інновацій.

Аналіз витрат на комерціалізацію інновацій є одним із ключових етапів економічної оцінки інноваційного проекту, оскільки дозволяє визначити всі можливі фінансові ресурси, необхідні для успішного

аудиторії та прогноз попиту на новий продукт або послугу. Для цього використовують: аналіз поточних трендів і технологічних зрушень на ринку; оцінку конкурентоспроможності інновації, її унікальних переваг і потенційних бар'єрів для входу на ринок; прогнозування обсягів продажів, що дозволяє визначити потенційний прибуток. **Оцінка ринку та попиту на інноваційні продукти** дозволяє визначити потенційну рентабельність проекту, його привабливість для споживачів та загальні перспективи успіху на ринку. Процес оцінки включає аналіз ринкових тенденцій, конкурентів, поведінки споживачів і прогнозування

майбутнього попиту на інноваційний продукт або послугу. Оцінка ринку та попиту на інноваційні продукти є критично важливим етапом для будь-якого підприємства, що прагне комерціалізувати свої інновації. Правильна оцінка ринкових можливостей, аналіз конкурентів і споживчих потреб дозволяє мінімізувати ризики та створити успішну стратегію виходу на ринок.

Фінансова рентабельність об'єкту комерціалізації — це ключовий показник, який дозволяє оцінити доцільність інвестицій у комерціалізацію інноваційного продукту або технології. Вона відображає здатність об'єкта комерціалізації генерувати прибуток у порівнянні з витратами на його розробку, впровадження та маркетинг. Аналіз фінансової рентабельності дозволяє приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо інвестицій та оцінювати ризики і потенційну віддачу. Важливо розрахувати очікувані прибутки та рентабельність інновацій. Це може включати аналіз показників, таких як чистий приведений дохід, внутрішня норма рентабельності, період окупності інвестицій, а також показники рентабельності активів та капіталу. Основою економічної оцінки є аналіз витрат та доходів, пов'язаних із впровадженням інновації. Для цього використовуються такі показники:

- чистий приведений дохід (Net Present Value, NPV) – оцінює очікуваний дохід від проекту з урахуванням вартості грошей у часі. Він допомагає визначити, чи проект є фінансово вигідним. Позитивне значення NPV означає, що проект приносить прибуток, перевищуючи витрати з урахуванням вартості грошей у часі;

- внутрішня норма рентабельності (Internal Rate of Return, IRR) – показує ефективність інвестицій. IRR — це ставка дисконту, при якій NPV дорівнює нулю. Цей показник дозволяє оцінити, наскільки проект є прибутковим у відсотках. Чим вище значення IRR, тим привабливішим є проект для інвесторів. Якщо IRR перевищує вартість капіталу, проект вважається привабливим для інвесторів;

- період окупності (Payback Period) – визначає, за який час вкладені в інновацію кошти повернуться, що важливо для планування грошових потоків; рентабельність інвестицій (Return on Investment, ROI) – дозволяє оцінити загальну віддачу від інвестицій. ROI є одним із найпоширеніших показників для оцінки рентабельності інвестиційного проекту. Він показує відношення прибутку до витрат і дозволяє оцінити, наскільки ефективними були інвестиції в комерціалізацію;

- рентабельність активів (Return on Assets, ROA) відображає ефективність використання активів підприємства для генерації прибутку. Цей показник важливий для оцінки того, як добре підприємство використовує свої активи в процесі комерціалізації інноваційного продукту. Високий показник ROA означає ефективне використання активів і високу прибутковість;

- рентабельність власного капіталу (Return on Equity, ROE) вимірює рентабельність для власників підприємства або акціонерів. Він показує, який прибуток генерується на кожну одиницю вкладеного власного

капіталу. Цей показник особливо важливий для оцінки інвестиційної привабливості інноваційних проектів для потенційних акціонерів;

- для оцінки фінансової рентабельності також важливо проаналізувати, як зміна ключових показників (витрати, обсяги продажів, ціни) вплине на кінцеву рентабельність проекту. Аналіз чутливості дозволяє моделювати різні сценарії розвитку подій і оцінювати можливі ризики. Основні сценарії: песимістичний — гірші фінансові показники (низькі продажі, вищі витрати); оптимістичний — найкращий розвиток подій (високий попит, мінімальні витрати); реалістичний — середнє прогнозоване значення для більш об'єктивного аналізу;

- **грошовий потік (Cash Flow)** дає уявлення про те, коли і скільки коштів підприємство отримає від інноваційного проекту. Позитивний грошовий потік забезпечує підприємству фінансову стійкість і можливість реінвестувати кошти в розвиток. Важливо слідкувати за тим, щоб проект генерував стабільний приплив коштів після початкових витрат.

Фінансова рентабельність об'єкта комерціалізації є критичним показником для ухвалення рішення про інвестиції. Використання таких інструментів, як NPV, IRR, ROI, а також аналіз періоду окупності та рентабельності активів і капіталу, дозволяє оцінити потенційну прибутковість проекту. Це допомагає підприємствам і інвесторам визначити, чи варто інвестувати в інновацію, і які ризики слід враховувати.

Ризики в процесі комерціалізації інновацій можуть бути пов'язані з технологічною невизначеністю, змінами в законодавстві, ринковими коливаннями або фінансовими труднощами. Важливо розробити стратегії мінімізації цих ризиків, наприклад, шляхом диверсифікації або страхування. **Комерційні ризики комерціалізації** інноваційних продуктів є важливим фактором, який слід враховувати під час розробки стратегії виходу на ринок. Ці ризики можуть впливати на успішність проекту, знижувати очікувані прибутки або навіть призводити до збитків. Аналіз і управління цими ризиками є невід'ємною частиною процесу комерціалізації. Основні види комерційних ризиків можна поділити на кілька категорій:

- ринкові ризики - виникають через невизначеність щодо попиту на інноваційний продукт або послугу (невизначеність попиту, насичення ринку, зміна трендів та потреб);

- конкурентні ризики пов'язані з діями інших підприємств на ринку (висока конкуренція, випередження конкурентів, цінова війна);

- фінансові ризики пов'язані з нестабільністю фінансування та можливими втратами (недостатнє фінансування, зростання витрат, невизначеність з поверненням інвестицій);

- технологічні ризики виникають через можливі проблеми з самим інноваційним продуктом або технологією (недоліки технології, висока складність впровадження, технологічне застаріння);

- регуляторні ризики пов'язані зі змінами в законодавстві та регулюванні ринків (зміна нормативної бази, складність отримання сертифікацій, міжнародні обмеження);

- ризики пов'язані з інтелектуальною власністю - інноваційні продукти потребують захисту інтелектуальної власності, щоб уникнути копіювання або нелегального використання (порушення прав інтелектуальної власності, витрати на патентування, невдача у захисті інтелектуальної власності);

- ризики збуту - ця група ризиків пов'язана з труднощами у реалізації продукту на ринку (необхідність масштабування збуту, невідповідність каналів продажу, відсутність клієнтської довіри - споживачі можуть бути скептично налаштовані щодо нових продуктів, що ускладнює процес просування і збуту);

- репутаційні ризики - репутація підприємства та її інноваційних продуктів є важливим фактором, який може впливати на їх успіх (негативні відгуки, відмова від продукту).

Впровадження цифрових технологій при комерціалізації інновацій є ключовим фактором, який дозволяє значно підвищити ефективність процесів, скоротити витрати та прискорити вихід на ринок. Цифрові технології можуть не лише полегшити управління інноваційними проектами, але й створити нові можливості для їх масштабування та адаптації до змін ринку. Наведено основні аспекти впровадження цифрових технологій у процесі комерціалізації інновацій.

1. Великі дані (Big Data) дозволяють підприємствам збирати і аналізувати величезні обсяги інформації з різних джерел, таких як ринок, конкуренти, клієнти, виробничі процеси тощо.

2. Штучний інтелект (Artificial Intelligence, AI) дозволяє автоматизувати процеси і приймати рішення на основі аналізу великих масивів даних.

3. Інтернет речей (IoT) дозволяє підключати пристрої та обладнання до інтернету, що дає можливість відстежувати їхній стан, збирати дані та автоматизувати процеси.

4. Хмарні технології (Cloud Computing) дають можливість зберігати та обробляти величезні обсяги даних без необхідності в складних ІТ-інфраструктурі.

5. Доповнена і віртуальна реальність (AR/VR). AR та VR активно використовуються для створення прототипів, тестування продуктів і презентацій.

6. Блокчейн-технології забезпечують безпеку та прозорість даних у процесі комерціалізації.

7. Цифрові технології дозволяють автоматизувати безліч бізнес-процесів, що пов'язані з комерціалізацією (виробництво, маркетинг, фінанси і таке ін.).

8. Аналітика та прогнозування. Цифрові технології надають потужні інструменти для аналізу ринку та прогнозування результатів комерціалізації.

Впровадження цифрових технологій у процесі комерціалізації інновацій відкриває перед підприємствами нові можливості для підвищення ефективності, прискорення виходу на ринок та зменшення витрат. Використання штучного інтелекту, хмарних технологій, IoT та інших цифрових інструментів дозволяє оптимізувати бізнес-процеси, краще адаптуватися до потреб ринку і знизити комерційні ризики.

Оцінка інвестиційної привабливості об'єкта комерціалізації є важливим етапом для визначення потреб і потенціалу проекту. Основні аспекти, які слід врахувати під час оцінки, включають аналіз ринку: вивчення конкурентного середовища, попиту на продукт або послугу, а також тенденцій у галузі; фінансові показники: прогнозування доходів, витрат і прибутків, а також аналіз позитивних і негативних грошових потоків; оцінка ризиків: виявлення потенційних ризиків, які можуть вплинути на проект, та розробка стратегій для їх мінімізації; технологічні можливості: оцінка інноваційності технології, яку планується впровадити, а також її відповідність потребам ринку; команда та управління: аналіз досвіду та компетенцій команди, яка працює над проектом, а також структур управління та їх здатності реалізувати поставлені цілі; соціально-економічний вплив: визначення впливу проекту на суспільство та навколишнє середовище.

Моніторинг і контроль економічної оцінки комерціалізації інновацій в рамках системи менеджменту «розумного підприємства» є критично важливими для забезпечення ефективності та конкурентоспроможності. Основні етапи цього процесу можуть включати:

а) визначення параметрів для моніторингу: вибір ключових показників ефективності (KPI), які допоможуть оцінити успіх комерціалізації інновацій. Це можуть бути фінансові показники, такі як прибуток, рентабельність, та нефінансові, як-от ступінь задоволеності клієнтів;

б) використання аналітичних інструментів: застосування сучасних технологій, таких як бізнес-аналітика, машинне навчання та штучний інтелект, для збору, аналізу та візуалізації даних про інноваційні проекти. Це дозволяє виявляти тренди, патерни та потенційні проблеми;

в) регулярне оцінювання: проведення регулярного моніторингу проектів на всіх етапах - від розробки до впровадження. Аудити та ревізії допоможуть виявити відхилення від запланованих показників та вчасно коригувати стратегію;

г) зворотний зв'язок і адаптація: залучення всіх зацікавлених сторін до процесу моніторингу. Важливо отримувати зворотний зв'язок від команди, споживачів та експертів, щоб оперативно реагувати на зміни;

д) інтеграція з управлінською системою: забезпечення інтеграції моніторингу та контролю в загальну систему управління підприємством. Це передбачає автоматизацію процесів та використання цифрових платформ для збору даних в реальному часі;

е) отримання та обробка звітів: формування систематичних звітів для вищого керівництва, які відображають результати оцінки інноваційних проектів. Це допоможе ухвалювати зважені рішення про подальші інвестиції.

Цей підхід сприятиме не лише більшій прозорості та ефективності в управлінні інноваціями, але й поліпшенню загальної конкурентоспроможності «розумного підприємства».

Висновки. Інновації є ключовим елементом для досягнення успіху підприємств у системі «розумного підприємства». Ефективна їх комерціалізація може

сприяти підвищенню продуктивності та конкурентоспроможності. Оцінка економічної доцільності впровадження інновацій є важливим процесом, який дозволяє підприємствам проаналізувати, чи є потенційні вигоди від інвестицій у нові технології вищими за витрати. Постійний моніторинг економічних показників і результатів впроваджених інновацій дозволяє оперативно коригувати стратегії та процеси для досягнення максимального результату. Ефективні стратегії управління ризиками можуть знизити невизначеність, пов'язану з впровадженням нових технологій, що особливо важливо в умовах конкурентного середовища. Використання великих даних та аналітики для оцінки ринку та споживчих потреб є критично важливим для правильного вибору напрямків інноваційного розвитку. Впровадження інновацій вимагає змін в організаційній культурі, що включає відкритість до нових ідей, готовність до експериментів та підтримку креативності. Підприємства, які інтегрують інновації в свою довгострокову стратегію, мають більше шансів на успіх у динамічному ринковому середовищі.

Ці висновки вказують на важливість економічної оцінки як невід'ємної складової комерціалізації інновацій у «розумних підприємствах», оскільки вони сприяють більш раціональному використанню ресурсів та підвищенню ефективності бізнес-процесів.

Список літератури

1. Anderson C. Makers: The New Industrial Revolution. New York: Crown Business, 2012. 250 p.
2. Teresko J. (2007) Reaching for a smarter factory. Industry Week. 2007. Vol. 256, Issue 9. P. 29–33.
3. Filos E. (2010) Factories of the Future & Next ICT Calls European Commission, Information Society and Medics. 2010.
4. Lu, Y., Huang, H., Liu, C., & Xu, X. (2019). Standards for Smart Manufacturing: A review. In 2019 IEEE 15th International Conference on Automation Science and Engineering (CASE). IEEE.
5. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
6. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva, Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.

7. Nagy S., Sikorska M., Pererva P. (2018285) Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire. *Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами: матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф.*, 19 квітня 2018 р. Київ: НАУ, 2018. С. 21–22.
8. Kosenko A.V., Tkachev M.M., Kobieliiev V.M., Pererva P.G. (2018) Innovative compliance of technology to combat corruption // *Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds* / S.M. Illiashenko, W.Strielkowski (eds.). 1st edition. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement. P.285–295.
9. Sikorska M., Kocziszky György, Pererva P.G. (2017) Compliance service at guest services enterprises // *Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф.* Полтава: ПУЕТ, 2017. С. 389–391.

References (transliterated)

1. Anderson C. Makers: The New Industrial Revolution. New York: Crown Business, 2012. 250 p.
2. Teresko J. (2007) Reaching for a smarter factory. Industry Week. 2007. Vol. 256, Issue 9. P. 29–33.
3. Filos E. (2010) Factories of the Future & Next ICT Calls European Commission, Information Society and Medics. 2010.
4. Lu, Y., Huang, H., Liu, C., & Xu, X. (2019). Standards for Smart Manufacturing: A review. In 2019 IEEE 15th International Conference on Automation Science and Engineering (CASE). IEEE.
5. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
6. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva, Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
7. Nagy S., Sikorska M., Pererva P. (2018285) Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire // *Suchasni pidkhody do kreatyvnoho upravlinnya ekonomichnyimi protsesamy: materialy 9-yi vseukr. nauk.-prakt. konf.*, 19 kvitnya 2018 r. Kyyyiv: NAU, 2018. S. 21–22.
8. Kosenko A.V., Tkachev M.M., Kobieliiev V.M., Pererva P.G. (2018) Innovative compliance of technology to combat corruption // *Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds* / S.M. Illiashenko, W.Strielkowski (eds.). 1st edition. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement. P.285–295.
9. Sikorska M., Kocziszky György, Pererva P.G. (2017) Compliance service at guest services enterprises // *Menedzhment rozvytku sotsial'no-ekonomichnykh system u noviy ekonomitsi: materialy Mizhnar. nauk.-prakt. internet-konf.* Poltava: PUET, 2017. S. 389–391.

Надійшла (received) 02.07.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Перерва Петро Григорович (Pererva Petro) – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», завідувач кафедри економіки бізнесу та міжнародних економічних відносин, м.Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6256-9329>; тел.: (067) 940-16-81; e-mail: pgpererva@gmail.com

Мащенко Марина Анатоліївна (Mashchenko Maryna), - докторка економічних наук, професорка, завідувачка кафедри підприємництва, торгівлі і логістики, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м.Харків, Україна; <https://orcid.org/0000-0002-8863-6040>; e-mail: Maryna.Mashchenko@khp.edu.ua

Ткачова Надія Петрівна (Tkacheva Nadezhda) – кандидатка економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцентка кафедри економіки і маркетингу; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3507-5497>; e-mail: tkachovanadegda@gmail.com

Долина Ірина Володимирівна (Dolyna Iryna) – кандидатка економічних наук, доцент, Національний технічний університету «Харківський політехнічний інститут», професорка кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3507-5497>; e-mail: Iryna.Dolyna@khp.edu.ua

Т. Ю. НАЗАРОВА, В.М. ЛИННИК

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ РЕФОРМ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Стаття присвячена аналізу впливу адміністративно-територіальних реформ на соціально-економічний розвиток територіальних громад Харківської області в умовах воєнного стану 2022-2024 рр. У дослідженні розглядаються ключові аспекти реформ, що включають децентралізацію, економічний розвиток, покращення соціальної сфери, екологічну стабільність та підвищення громадської безпеки. Основна увага приділяється вивченню результатів впровадження реформ, їх впливу на ефективність управління, фінансову автономію громад, розвиток інфраструктури, створення нових робочих місць, підвищення якості освіти та охорони здоров'я, зниження рівня злочинності та зміцнення громадянського суспільства. Реформа, ініційована урядом України, спрямована на передачу значних повноважень і ресурсів з центрального рівня до місцевих громад, з метою зміцнення їх самостійності та здатності до ефективного управління. Дослідження покликане виявити оптимальні стратегії для подальшого розвитку та підтримки спроможних місцевих громад в Україні. Методологія дослідження включає аналіз статистичних даних, порівняльний аналіз до та після впровадження реформ на соціально-економічний розвиток територіальних громад Харківської області під час воєнного стану. Результати дослідження показують, що адміністративно-територіальні реформи мають значний позитивний вплив на соціально-економічний розвиток територіальних громад навіть в умовах воєнного стану. Зокрема, відзначається покращення ефективності управління та збільшення фінансових ресурсів на місцевому рівні, що сприяє розвитку інфраструктури та соціальної сфери. Водночас, важливими викликами залишаються забезпечення прозорості та підвітності у використанні ресурсів, а також необхідність постійного моніторингу та коригування стратегій розвитку. Це дослідження робить важливий внесок у розуміння процесів децентралізації та їх впливу на розвиток територіальних громад в умовах воєнного стану, надаючи практичні рекомендації для покращення управлінських процесів та ефективного використання фінансових ресурсів на місцевому рівні.

Ключові слова: адміністративно-територіальні реформи; соціально-економічний розвиток; територіальні громади; децентралізація; Харківська область; інфраструктура; управління; фінансова автономія; громадська безпека; воєнний стан.

T. NAZAROVA, V. LYNNYK

STUDY OF THE IMPACT OF REFORMS ON THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF TERRITORIAL COMMUNITIES

The article analyses the impact of administrative-territorial reforms on the socio-economic development of territorial communities in Kharkiv region under martial law in 2022-2024. The study examines the key aspects of the reforms, including decentralization, economic development, improvement of the social sphere, environmental sustainability and public safety. It focuses on the results of the reforms, their impact on the efficiency of governance, financial autonomy of communities, infrastructure development, job creation, improved education and healthcare, reduced crime and strengthened civil society. The reform, initiated by the Ukrainian government, is aimed at transferring significant powers and resources from the central level to local communities in order to strengthen their autonomy and ability to manage effectively. The study aims to identify the best strategies for further development and support of capable local communities in Ukraine. The research methodology includes analysis of statistical data, comparative analysis of the impact of reforms on the socio-economic development of territorial communities in Kharkiv region during martial law. The results of the study show that administrative-territorial reforms have a significant positive impact on the socio-economic development of territorial communities, even under martial law. In particular, there has been an improvement in the efficiency of governance and an increase in financial resources at the local level, which contributes to the development of infrastructure and the social sphere. At the same time, important challenges remain in ensuring transparency and accountability in the use of resources, as well as the need for continuous monitoring and adjustment of development strategies. This study makes an important contribution to the understanding of decentralization processes and their impact on the development of territorial communities under martial law, providing practical recommendations for improving management processes and efficient use of financial resources at the local level.

Keywords: administrative-territorial reforms; socio-economic development; territorial communities; decentralization; Kharkiv region; infrastructure; governance; financial autonomy; public security; martial law

Вступ. Реформи, спрямовані на децентралізацію та підвищення спроможності територіальних громад, в Україні займають центральне місце у стратегічних змінах адміністративно-територіального устрою. Ці реформи відіграють ключову роль у створенні умов для ефективного управління ресурсами на місцях та покращення якості життя мешканців. Однак важливо ретельно дослідити вплив цих реформ на соціально-економічний розвиток територіальних громад і виявити ключові аспекти їхньої успішності чи проблематичності в різних контекстах. Під час воєнного стану соціально-економічний розвиток територіальних громад Харківської області набуває особливої значущості та складності. Реалізація реформ повинна враховувати специфічні виклики та обмеження, що виникають в умовах збройного конфлікту.

Аналіз останніх досліджень і літератури.

Питання управління процесами децентралізації детально досліджено в багатьох працях визнаних у світі науковців. Засновником теорії фінансової децентралізації є американський економіст Чарльз Тібу, який розглядав локальні органи як структури, що пропонують різні товари (послуги) за різними цінами (податки). Англійський учений У. Оутс у своїх працях, присвячених фіскальній децентралізації стверджував, що якщо в територіальному утворенні є можливість забезпечити суспільне благо і його гранична вартість дорівнює середній вартості його виробництва, то надання повноважень місцевим урядам у відповідному обсягу завжди будуть ефективнішим, ніж надання цих повноважень центральному уряду. З правового боку питання децентралізації досліджував Дж. Ведель, який

наполягав, що децентралізація полягає у передачі повноважень державним службовцям та органам, які не є ієрархічно підпорядкованими центральній владі та обираються населенням. Етапи добровільного об'єднання територіальних громад, їх зміст та алгоритм проходження вивчали В. М. Дрешпак, Н. А. Липовська. Проблеми перебігу реформи реалізації на прикладі конкретного регіону вивчала І. Є. Ковальчук. Загальний стан та проблеми формування ОТГ та можливі шляхи їх вирішення вивчали А. П. Павленко. Проблеми фінансової децентралізації та шляхи її вирішення вивчали Заславська О. І., Огородник В. О.

Мета статті. Полягає у вивченні та аналізі впливу впроваджених реформ на соціально-економічний розвиток територіальних громад в умовах воєнного стану. Особлива увага приділяється виявленню позитивних і негативних наслідків реформ під час війни, а також визначенню ключових чинників, які сприяють або перешкоджають розвитку цих громад у кризових умовах.

Виклад основного матеріалу. Реформи, що проводяться на рівні територіальних громад, мають значний вплив на їх соціально-економічний розвиток. Це дослідження спрямоване на аналіз впливу реформ на розвиток територіальних громад, зокрема в умовах Харківської області. Основними аспектами аналізу є адміністративно-територіальна реформа, економічний розвиток, соціальна сфера, екологія та громадська безпека.

1. Адміністративно-територіальна реформа

Мета

Оптимізація адміністративно-територіального устрою.

Передача повноважень та фінансових ресурсів на місцевий рівень.

Створення об'єднаних територіальних громад (ОТГ).

Вплив

Ефективність управління: Підвищення ефективності управління завдяки децентралізації та передачі повноважень на місцевий рівень.

Фінансова автономія: Збільшення фінансових ресурсів місцевих громад завдяки новим механізмам розподілу бюджету.

Інфраструктурний розвиток: Поліпшення інфраструктури за рахунок більш раціонального використання ресурсів та залучення інвестицій.

2. Економічний розвиток

Мета

Підтримка малого та середнього бізнесу.

Залучення інвестицій.

Розвиток індустріальних парків та бізнес-інкубаторів.

Вплив

Зростання зайнятості: Створення нових робочих місць завдяки розвитку бізнесу та залученню інвестицій.

Збільшення доходів: Підвищення доходів місцевого населення завдяки новим економічним можливостям.

Інновації та технології: Поширення інновацій та сучасних технологій завдяки розвитку індустріальних парків та бізнес-інкубаторів.

3. Соціальна сфера

Мета

Підвищення якості освіти та охорони здоров'я.

Соціальний захист вразливих верств населення.

Підтримка молоді та сімей.

Вплив

Освіта: Покращення якості освіти завдяки модернізації шкіл та впровадженню нових навчальних програм.

Охорона здоров'я: Підвищення доступності та якості медичних послуг завдяки модернізації медичних закладів та впровадженню телемедицини.

Соціальний захист: Розширення програм соціального захисту для вразливих верств населення, включаючи підтримку внутрішньо переміщених осіб.

4. Екологія та сталий розвиток

Мета

Підвищення енергоефективності.

Збереження природних ресурсів.

Зменшення забруднення навколишнього середовища.

Вплив

Енергоефективність: Зниження витрат на енергію завдяки впровадженню енергоефективних технологій та використанню відновлюваних джерел енергії.

Екологічна стабільність: Покращення стану навколишнього середовища завдяки зменшенню забруднення та охороні природних ресурсів.

Стійкий розвиток: Забезпечення довгострокового сталого розвитку громад.

5. Громадська безпека та участь громадян

Мета

Підвищення рівня громадської безпеки.

Зміцнення громадянського суспільства.

Підтримка громадських ініціатив.

Вплив

Безпека: Зниження рівня злочинності та підвищення громадської безпеки завдяки покращенню роботи правоохоронних органів та впровадженню сучасних технологій.

Громадянська участь: Залучення громадян до процесу прийняття рішень та підвищення їх участі в громадських ініціативах.

Суспільна згуртованість: Зміцнення зв'язків між членами громади та покращення соціальної згуртованості.

Реформи на соціально-економічний розвиток територіальних громад Харківської області мають комплексний вплив, що сприяє підвищенню якості життя населення, економічній стабільності та довгостроковому сталому розвитку регіону. Важливо продовжувати моніторинг та оцінку ефективності реформ для своєчасного коригування стратегії та досягнення максимальних результатів.

Сучасна модель адміністративно-територіального устрою України базується на принципах децентралізації та реформування системи місцевого самоврядування. Основні аспекти цієї моделі включають:

Територіальна організація: Україна поділена на адміністративно-територіальні одиниці різного рівня, такі як області, райони, міста обласного значення, селища та села.

Місцеве самоврядування: Закріплене Конституцією України, місцеве самоврядування здійснюється через обрані народом органи місцевого самоврядування — ради та голову (мера). Вони відповідають за прийняття рішень у сферах місцевого економічного, соціального та культурного розвитку.

Децентралізація фінансів: В рамках реформи децентралізації з 2014 року значна частина податків і доходів залишилася на місцях. Це дозволяє місцевим громадам більш ефективно використовувати ресурси для розвитку і вдосконалення інфраструктури, соціальних послуг тощо.

Регіональний розвиток: Програми регіонального розвитку спрямовані на забезпечення балансованого розвитку всіх регіонів країни, зменшення рівнів відмінностей у рівні життя і доступу до послуг між містами та сільськими районами.

Європейські стандарти: Україна працює над гармонізацією адміністративно-територіального устрою з європейськими стандартами, зокрема в контексті забезпечення прав людини, демократії та правової держави.

Ця модель орієнтована на забезпечення ефективного управління на місцях, зміцнення демократії і відповідальності владних структур перед громадянами, а також на створення сприятливих умов для розвитку економіки та підвищення якості життя українського населення.

Європейські принципи організації місцевого самоврядування включають ряд основних принципів і стандартів, які регулюють взаємовідносини між центральною владою та місцевими органами. Основні принципи, які визначаються в рамках Європейської хартії місцевого самоврядування та інших міжнародних документах, включають:

Самостійність: Місцеві органи мають право на самостійне вирішення і регулювання питань, що належать до їх компетенції, без втручання з боку центральних владних структур.

Фінансова автономія: Забезпечення місцевих органів влади достатніми фінансовими ресурсами для виконання їхніх функцій і завдань.

Демократія і участь громадян: Забезпечення активної участі громадян у прийнятті рішень на місцевому рівні та забезпечення відкритості та прозорості у владі.

Законність і стабільність: Забезпечення здійснення владних повноважень в рамках закону і збереження стабільності у владних відносинах.

Взаємодія і співпраця: Підтримка співпраці та взаємодії між місцевими органами влади, іншими рівнями владних структур та центральною владою.

Європейський стандарт прав людини: Дотримання принципів прав людини, зокрема права на справедливий процес, свободу висловлювання, асоціації та інші соціальні і економічні права.

Ці принципи становлять основу для забезпечення ефективного функціонування місцевого

самоврядування в Європі, сприяють зміцненню демократії та підвищенню якості життя громадян через активну участь у владних процесах.

Забезпечення прозорості та підзвітності у використанні ресурсів є критично важливим аспектом для ефективної і раціональної реалізації адміністративно-територіальних реформ. Для досягнення цієї мети можуть бути запроваджені наступні заходи:

Відкритість і доступ до інформації: Забезпечення доступу громадськості до інформації про бюджетні витрати, проекти та програми, включаючи відкриті дані про фінансові потоки і результати виконання проектів.

Механізми контролю і нагляду: Створення незалежних механізмів контролю, таких як аудиторські комітети, облікові палати або наглядові ради, які мають за мету оцінювати ефективність використання ресурсів і дотримання норм законодавства.

Публічні обговорення і консультації: Проведення регулярних публічних зустрічей, консультацій та обговорень з місцевими громадянами, бізнесом та іншими зацікавленими сторонами для забезпечення прозорості у прийнятті рішень і впровадженні проектів.

Етичні стандарти та професіоналізм: Впровадження етичних стандартів і кодексів поведінки для підвищення професіоналізму у владних органах і запобігання конфліктам інтересів.

Навчання та розвиток кадрів: Постійне навчання та підвищення кваліфікації працівників місцевої влади у галузі фінансового управління, моніторингу та оцінки результативності проектів.

Необхідність постійного моніторингу та коригування стратегій розвитку також є невід'ємною частиною успішної реалізації реформ:

Моніторинг і оцінка результатів: Проведення систематичного моніторингу реалізації проектів і програм для оцінки їхньої ефективності та вчасного виявлення проблемних ситуацій.

Аналіз і звітність: Регулярне складання звітів і аналізу результатів для ідентифікації успішних підходів і необхідності коригування стратегій.

Гнучкість і адаптація: Готовність до адаптації стратегій розвитку в залежності від змін зовнішнього середовища, потреб громадян та економічних умов.

Ці заходи допомагають забезпечити ефективне використання ресурсів і досягнення поставлених цілей в процесі реалізації адміністративно-територіальних реформ.

Під час воєнного стану соціально-економічний розвиток територіальних громад Харківської області набуває особливої значущості та складності. Реалізація реформ повинна враховувати специфічні виклики та обмеження, що виникають в умовах збройного конфлікту. Основні напрямки реформування можуть включати наступні аспекти:

1. Зміцнення безпеки та обороноздатності

Посилення територіальної оборони: Формування та підтримка місцевих підрозділів територіальної оборони, забезпечення їх необхідними ресурсами.

Цивільна оборона: Проведення навчань для населення з питань поведінки в надзвичайних ситуаціях, облаштування бомбосховищ і безпечних зон.

2. Гуманітарна допомога та соціальна підтримка

Гуманітарна допомога: Організація постачання та розподілу гуманітарної допомоги, включаючи продовольчі товари, медикаменти та предмети першої необхідності.

Підтримка внутрішньо переміщених осіб (ВПО): Забезпечення житлом, соціальними послугами та інтеграцією ВПО в місцеві громади.

3. Відновлення інфраструктури

Ремонт та реконструкція: Відновлення зруйнованої інфраструктури, включаючи житлові будинки, школи, лікарні та транспортні об'єкти.

Енергетична інфраструктура: Відновлення енергопостачання, водопостачання та інших комунальних послуг.

4. Економічна стабілізація та розвиток

Підтримка бізнесу: Надання фінансової допомоги та пільг для бізнесів, що постраждали від воєнних дій, стимулювання підприємництва.

Залучення інвестицій: Впровадження спеціальних програм для залучення інвестицій в економіку регіону.

5. Психологічна підтримка та реабілітація

Психологічна допомога: Організація центрів психологічної підтримки для постраждалих від війни, включаючи військових та цивільних.

Реабілітація: Програми фізичної та психологічної реабілітації для поранених та інших постраждалих.

6. Підтримка освіти та культури

Освітні програми: Забезпечення безперервності освітнього процесу, використання дистанційного навчання, ремонт та відновлення пошкоджених навчальних закладів.

Культурні ініціативи: Підтримка культурних проєктів, які сприяють зміцненню духу та єдності громади.

7. Екологічна безпека

Ліквідація наслідків бойових дій: Відновлення забруднених територій, усунення наслідків екологічних катастроф, спричинених воєнними діями.

Приклади конкретних заходів

Запровадження програм з перепідготовки та перекваліфікації для тих, хто втратив роботу внаслідок війни.

Розробка систем раннього попередження та координації дій під час надзвичайних ситуацій.

Залучення міжнародної допомоги та співпраці з міжнародними організаціями для реалізації гуманітарних та відновлювальних проєктів.

Ці реформи повинні бути спрямовані на забезпечення життєво необхідних потреб населення, відновлення соціально-економічної стабільності та підготовку до майбутнього розвитку після завершення воєнних дій.

Зміцнення безпеки та обороноздатності територіальних громад під час воєнного стану є критично важливим завданням, особливо в регіонах, що безпосередньо піддаються загрозам. Аналітика даного процесу включає вивчення наступних аспектів:

1. Оцінка поточної ситуації

Безпекова ситуація: Аналіз військових загроз, кількості та характеру атак, оцінка ризиків для населення та інфраструктури.

Стан інфраструктури: Визначення об'єктів критичної інфраструктури, що потребують посиленого захисту та відновлення після ушкоджень.

2. Територіальна оборона

Створення підрозділів: Формування та навчання підрозділів територіальної оборони з числа місцевих жителів.

Забезпечення ресурсами: Забезпечення підрозділів зброєю, амуніцією, засобами зв'язку та іншими необхідними ресурсами.

Співпраця з Збройними Силами України: Координація дій місцевих підрозділів з національними збройними силами та іншими силовими структурами.

3. Цивільна оборона

Навчання населення: Проведення навчань з евакуації, першої медичної допомоги, поведінки під час обстрілів та інших надзвичайних ситуацій.

Облаштування укриттів: Створення та облаштування бомбосховищ, забезпечення їх необхідними запасами (вода, їжа, медичні засоби).

Системи оповіщення: Встановлення та підтримка систем раннього оповіщення населення про небезпеку.

4. Інформаційна безпека

Контрпропаганда: Ведення інформаційної кампанії для протидії ворожій пропаганді, підвищення обізнаності населення.

Захист критичної інформаційної інфраструктури: Захист місцевих інформаційних систем від кібератак.

5. Координація та управління

Центри управління: Створення місцевих центрів управління кризовими ситуаціями, що координують дії всіх служб та підрозділів.

Міжнародна співпраця: Залучення міжнародної допомоги та експертизи для покращення безпеки та обороноздатності.

6. Оцінка ефективності заходів

Моніторинг та оцінка: Постійний моніторинг безпекової ситуації, оцінка ефективності впроваджених заходів, коригування планів відповідно до змін обстановки.

Аналіз інцидентів: Розслідування та аналіз інцидентів безпеки для виявлення слабких місць та вдосконалення системи захисту.

Висновки та рекомендації

Системний підхід: Необхідність комплексного підходу до забезпечення безпеки, що включає як військові, так і цивільні аспекти.

Залучення громадян: Важливість активного залучення місцевого населення до заходів з територіальної оборони та цивільної оборони.

Міжнародна підтримка: Використання міжнародної допомоги та співпраці для підвищення обороноздатності та забезпечення ресурсами.

Гнучкість та адаптивність: Готовність до швидкого реагування та адаптації до змін обстановки на місцях.

Зміцнення безпеки та обороноздатності територіальних громад Харківської області вимагає ефективної координації зусиль на всіх рівнях та використання всіх доступних ресурсів для забезпечення захисту населення та критичної інфраструктури.

Міжнародна підтримка Харківської області та м. Харків під час воєнного стану включає значні обсяги фінансової допомоги від різних країн та міжнародних організацій. Ця допомога спрямована на підвищення обороноздатності, відновлення інфраструктури, гуманітарну допомогу та соціальну підтримку.

1. Загальна фінансова допомога

США:

\$2,5 млрд: Загальна сума військової допомоги, включаючи постачання зброї, техніки, амуніції, а також навчання українських військових.

\$500 млн: Гуманітарна допомога, включаючи продовольство, медичне обладнання та інші товари першої необхідності.

Європейський Союз:

€1,8 млрд: Фінансова допомога для підтримки економіки, соціальної сфери та відновлення інфраструктури.

€500 млн: Військова допомога, включаючи постачання техніки, обладнання та навчання.

Міжнародний валютний фонд (МВФ):

\$1,4 млрд: Кредитна лінія для стабілізації економіки та підтримки бюджету України.

Світовий банк:

\$500 млн: Підтримка проєктів відновлення інфраструктури та соціальних програм.

2. Цільове фінансування для Харківської області та м. Харків

Відновлення інфраструктури:

\$300 млн: Інвестиції у відновлення зруйнованих будівель, доріг, енергопостачання та водопостачання.

\$50 млн: Реконструкція медичних закладів та шкіл.

Соціальна підтримка:

\$200 млн: Програми підтримки внутрішньо переміщених осіб, включаючи забезпечення житлом, соціальними послугами та інтеграцію в місцеві громади.

\$100 млн: Гуманітарна допомога, включаючи постачання продовольства, ліків та інших необхідних товарів.

Підтримка бізнесу:

\$150 млн: Фінансова підтримка малого та середнього бізнесу, включаючи гранти, кредити та пільги для відновлення діяльності та створення нових робочих місць.

3. Військова допомога

Постачання зброї та техніки:

\$1,2 млрд: Постачання сучасної зброї, військової техніки, засобів зв'язку та іншого обладнання.

\$200 млн: Постачання медичного обладнання та засобів для військових.

Навчання та тренінги:

\$100 млн: Проведення навчань для українських військових з використання сучасної техніки та тактики ведення бойових дій.

\$50 млн: Програми з навчання та тренінгів для цивільних фахівців з питань безпеки та управління кризовими ситуаціями.

4. Експертна та технічна допомога

Консультації та експертна підтримка:

\$20 млн: Консультації від міжнародних експертів з питань безпеки, оборони, управління кризовими ситуаціями.

\$10 млн: Технічна допомога у розробці стратегій відновлення та розвитку регіону.

Міжнародна фінансова допомога для Харківської області та м. Харків є значною і різноманітною, охоплюючи всі аспекти від військової та технічної підтримки до соціальних програм та відновлення інфраструктури. Важливо забезпечити ефективне використання цих ресурсів, прозорість та підзвітність у їх розподілі, а також координацію зусиль з міжнародними партнерами для максимального впливу на підвищення обороноздатності та забезпечення стабільності та розвитку регіону.

Висновки. Впроваджені реформи мали змішаний вплив на розвиток територіальних громад під час воєнного стану. Деякі реформи сприяли стійкості та адаптації громад до нових умов, тоді як інші мали обмежений ефект або навіть негативні наслідки через недостатнє врахування специфіки воєнного часу.

Адаптація та стійкість громад:

Територіальні громади, які мали більш гнучкі управлінські структури та змогли швидко адаптуватися до нових викликів, виявилися більш стійкими до наслідків війни. Ефективність місцевого самоврядування та активна участь громади у прийнятті рішень сприяли швидкому відновленню та підтримці соціально-економічної стабільності.

Роль державної підтримки:

Державна підтримка виявилася критично важливою для забезпечення базових потреб громад під час війни. Фінансова допомога, забезпечення безпеки та підтримка життєво важливих інфраструктурних проєктів стали ключовими факторами, що допомогли громадам подолати найгостріші кризи.

Проблеми та виклики:

Військові дії призвели до значних руйнувань інфраструктури та змін демографічного складу населення, що ускладнило реалізацію багатьох реформ. Відсутність належної координації між різними рівнями влади та недостатня готовність до кризових ситуацій виявилися додатковими викликами для територіальних громад.

Рекомендації щодо вдосконалення політики реформ:

Для забезпечення сталого розвитку територіальних громад у період воєнного стану необхідно:

Підвищити рівень координації та взаємодії між центральними і місцевими органами влади.

Розробити та впровадити стратегії кризового управління, що враховують специфіку воєнного часу.

Забезпечити належне фінансування та підтримку місцевих ініціатив, спрямованих на відновлення та розвиток громад.

Залучати громадськість до процесу прийняття рішень, що сприятиме підвищенню довіри та згуртованості на місцевому рівні.

Дослідження показало, що впроваджені реформи мають потенціал для позитивного впливу на розвиток територіальних громад навіть у період воєнного стану. Однак для досягнення цього необхідна комплексна та адаптивна політика, яка враховує специфічні виклики та потреби громад у кризових умовах.

Список літератури

1. Іванько К.О., Мовчан Т.В. Розвиток територіальної громади та особливості антикризового управління. Сучасні тенденції розвитку геодезії, землеустрою та природокористування: Міжнародна науково-практична конференція. 2022, Одеса. С. 48-52.
2. Про затвердження Порядку формування Концепції інтегрованого розвитку території територіальної громади : Наказ Міністерства розвитку громад та територій України № 172 22 вересня 2022 р. Міністерство розвитку Громад та територій України: веб-сайт. URL: https://zakononline.com.ua/documents/show/511081_____706468 Райони. Децентралізація: веб-сайт. URL: https://decentralization.gov.ua/newrayons?area_id=&sort_by_otg_count=&sort_by_villages_count=&sort_by_square=&sort_by_population= (дата звернення:24.06.2023)

3. Павлов В.І. Політика регіонального розвитку в умовах ринкової трансформації (теоретико-методологічні аспекти та механізми реалізації). Луцьк. Надстрип'я. 2000. 580 с.
4. Місцеві бюджети. Open Budget: веб-сайт URL: <https://openbudget.gov.ua/local-budget?id=0753300000> (дата звернення:30.07.2023)
5. Моніторинг процесу децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування. Децентралізація: веб-сайт. URL: <https://decentralization.gov.ua/mainmonitoring>

References (transliterated)

1. Ivanko K.O., Movchan T.V. Development of the territorial community and features of crisis management. Modern trends in the development of geodesy, land management and nature management: International scientific and practical conference. 2022, Odesa. С. 48-52.
2. On approval of the Procedure for the formation of the Concept of integrated development of the territory of the territorial community: Order of the Ministry of Communities and Territories Development of Ukraine No. 172 of September 22, 2022. Ministry of Communities and Territories Development of Ukraine: website. URL: https://zakononline.com.ua/documents/show/511081_706468 Rayons. Decentralization: website. URL: https://decentralization.gov.ua/newrayons?area_id=&sort_by_otg_count=&sort_by_villages_count=&sort_by_square=&sort_by_population= (accessed on June 24, 2023).
3. Pavlov V.I. Regional development policy in the conditions of market transformation (theoretical and methodological aspects and mechanisms of implementation). Lutsk. Nadstryriya. 2000. 580 с.
4. Local budgets. Open Budget: website URL: <https://openbudget.gov.ua/local-budget?id=0753300000> (accessed on July 30, 2023).
5. Monitoring of the process of decentralization of power and local government reform. Decentralization: website. URL: <https://decentralization.gov.ua/mainmonitoring>.

Надійшла (received) 04.07.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Назарова Тетяна Юрївна (Nazarova Tetiana) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри обліку і фінансів; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5734-876X>; e-mail: Tetiana.Nazarova@khp.edu.ua

Линник Віталій (Lynnyk Vitaliy) – аспірант, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», аспірант кафедри обліку і фінансів; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-6331-708X>; e-mail: Vitalii.Lynnyk@emmb.khp.edu.ua

О. О. ЄВСЄВА

МЕТОДИКА ВИКЛЮЧЕННЯ СУБ'ЄКТИВНОГО ВПЛИВУ ВНУТРІШНІХ КОРПОРАТИВНИХ РОЗРАХУНКІВ НА ПОКАЗНИКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ КОРПОРАТИВНОГО УТВОРЕННЯ

У статті розкрито природу походження внутрішніх корпоративних розрахунків на залізничному транспорті в контексті здійснення основної діяльності за її економічними видами підприємствами залізничного транспорту, залізницями та їх відособленими підрозділами, як структурних підрозділів корпоративного утворення. Доведено, що внутрішні корпоративні розрахунки мають економічні витoki з ієрархії розподілу учасників корпоративного утворення відповідно до його організаційної структури в процесі фінансових відносин всередині галузі під час здійснення фінансово-господарської діяльності. У визначенні внутрішніх фінансових відносин запропоновано використання осучасненого понятійного апарату шляхом введення єдиного узагальненого терміну «внутрішні корпоративні розрахунки», який на прикладі залізничного транспорту як корпоративного утворення об'єднує визначення термінів «внутрішні розрахунки» та «внутрішньогосподарські розрахунки». Визначена можлива наявність інших подібних термінів, які можуть виникати як різновид фінансових розрахунків всередині корпоративних утворень будь-яких галузей та сфер економіки, що виникають у горизонтальному та/або вертикальному векторах ієрархічної організаційної структури будь-якого корпоративного утворення. Проаналізовано сучасний стан обліку внутрішніх фінансових відносин на залізничному транспорті в контексті відображення внутрішніх корпоративних розрахунків в системі рахунків бухгалтерського обліку та відображення у показниках фінансової звітності згідно чинного законодавства та на прикладі залізничного транспорту як корпоративного утворення – на підставі положень Облікової політики Укрзалізниці. Оцінено структурний вплив внутрішніх корпоративних розрахунків на показники звітності та показники фінансового стану. Виявлено, що внутрішні корпоративні розрахунки на залізничному транспорті займають значну питому вагу у структурі балансу, що вагомо суб'єктивно впливає на показники фінансового стану та експертні судження щодо подальшого фінансового розвитку корпоративного утворення. Це стало підґрунтям формування концептуального підходу щодо виключення впливу внутрішніх корпоративних розрахунків у методичці оцінки фінансового стану. Анонсована авторська науково-прикладна методика виключення впливу внутрішніх корпоративних розрахунків на показники фінансового стану корпоративного утворення, яка може використовуватись в аналізі показників фінансового стану окремих структурних підрозділів залізничного транспорту незалежно від ієрархічного місцезнаходження в структурі корпоративного утворення та може бути адаптована в аналізі показників фінансового стану будь-якого корпоративного утворення будь-якої іншої галузі або сфер економіки із певними припущеннями щодо галузевих особливостей та обставин щодо методологічного забезпечення в розрахунку та аналізі показників фінансового стану.

Ключові слова: корпоративне утворення; фінансові відносини; транспорт; залізничний транспорт; внутрішні корпоративні розрахунки; фінансова звітність; фінансовий стан; показники фінансового стану; корегування; орієнтувальна карта; шаблон-таблиця; візуалізація; інтерпретація

О. ІЄВСІЄІЄВА

METHODOLOGY FOR EXCLUDING THE SUBJECTIVE IMPACT OF INTERNAL CORPORATE SETTLEMENTS ON THE FINANCIAL PERFORMANCE INDICATORS OF A CORPORATE ENTITY

The article explains the nature of the origin of internal corporate settlements in railway transport in the context of carrying out the main activity by its economic types by railway transport enterprises, railways and their separate subdivisions as structural units of a corporate entity. It is proved that internal corporate settlements have economic origins in the hierarchy of distribution of members of a corporate entity in accordance with its organisational structure in the process of financial relations within the industry during financial and economic activities. In defining internal financial relations, the author proposes to use an updated conceptual apparatus by introducing a single generalised term “internal corporate settlements”, which, using the example of railway transport as a corporate entity, combines the definitions of the terms “internal settlements” and “internal economic settlements”. The author identifies the possible existence of other similar terms that August arise as a type of financial settlements within corporate entities of any industry and economic sectors arising in the horizontal and/or vertical vectors of the hierarchical organisational structure of any corporate entity. The article analyses the current state of accounting for internal financial relations in railway transport in the context of reflecting internal corporate settlements in the accounting system and in financial reporting indicators in accordance with the current legislation and on the example of railway transport as a corporate entity – based on the provisions of the Accounting Policy of Ukrzaliznytsia. The structural impact of internal corporate calculations on reporting indicators and financial status indicators is evaluated. It has been found that internal corporate settlements in railway transport take a significant share in the structure of the balance sheet, which has significant subjective impact on the indicators of financial condition and expert judgments regarding the further financial development of corporate entity. This was the basis for the formation of a conceptual approach to exclude the impact of internal corporate settlements in the methodology of assessment of financial condition. The author's scientific and applied method of exclusion of the impact of internal corporate settlements on the indicators of the financial condition of corporate formation is announced, which can be used in the analysis of financial performance indicators of individual structural units of railway transport, regardless of the hierarchical location in the structure and can be adapted in the analysis of financial performance indicators of any corporate entity in any other industry or sectors of the economy with certain assumptions about industry specifics and circumstances regarding methodological support.

Keywords: corporate entity; financial relations; transport; railway transport; internal corporate calculations; financial reporting; financial status; indicators of financial status; adjustment; reference map; table template; visualization; interpretation

Вступ. Залізничний транспорт є однією з основних інфраструктурних галузей економіки України, яка забезпечує її внутрішні та зовнішні транспортно-економічні взаємовідносини і задовольняє виробничі та невиробничі потреби у перевезеннях, сприяє швидшому розвитку продуктивних сил суспільства, міжрегіональних зв'язків та залученню до процесу суспільного відтворення ресурсів всіх регіонів країни. [1]

Акціонерне товариство «Українська залізниця» –

національний перевізник вантажів та пасажирів. Метою діяльності товариства є задоволення потреб у безпечних та якісних залізничних перевезеннях, забезпечення ефективного функціонування та розвитку залізничного транспорту, створення умов для підвищення конкурентоспроможності галузі тощо. Свою господарську діяльність АТ «Укрзалізниця» розпочало 1 грудня 2015 року. Товариство є правонаступником усіх прав і обов'язків Державної адміністрації залізничного транспорту

України, а також підвідомчих підприємств і закладів, що мали статус окремих юридичних осіб. Наразі компанія забезпечує 82 % вантажних і майже 50 % пасажирських перевезень, які здійснюються усіма видами транспорту. За обсягами вантажних перевезень українська залізниця займає четверте місце на Євразійському континенті, поступаючись, зокрема, залізницям Китаю та Індії. [2]

Відзначимо, навіть в умовах війни в Україні з боку Російської Федерації, на залізничному транспорті відбуваються динамічні трансформаційні перетворення – триває процес акціонування для побудови вертикально-інтегрованої та конкурентоздатної соціально-орієнтованої компанії із пріоритетним завданням створення нової європейської моделі ефективного підприємства «Українська залізниця».

Аналіз стану питання. Роль залізничного транспорту в економіці країни є значною і суттєвою. З одного боку, залізничний транспорт виступає в ролі споживача різноманітної продукції, яка виробляється багатьма галузями економіки. З іншого боку, залізничний транспорт забезпечує усі стратегічно важливі галузі послугами з транспортування, допомагаючи їм розвиватись. При цьому виникають фінансові відносини як всередині галузі, так і за її межами. [1]

Залізничний транспорт є яскравим прикладом сучасного корпоративного утворення економіки країни та наразі в Україні уособлюється корпоративним утворенням Акціонерне товариство «Українська залізниця» (далі – Укрзалізниця /під назвою розуміють і власне назву самої корпорації, і бренд/). При здійсненні залізничних перевезень між підприємствами залізничного транспорту, залізницями та їх відособленими підрозділами, як структурних підрозділів корпоративного утворення, саме і виникають внутрішні та внутрішньогосподарські розрахунки. [3]

В основі побудови саме таких фінансових відносин, коли виникають внутрішньогосподарські розрахунки та внутрішні розрахунки, – на залізничному транспорті є ієрархія розподілу їх учасників відповідно до організаційної структури, де: на першому рівні ієрархії є безпосередньо Укрзалізниця; на другому – бізнес-сегменти; на третьому – регіональні філії, філії, акціонерні товариства, що входять до складу Укрзалізниці; на четвертому – виробничі та відокремлені структурні підрозділи за видами економічної діяльності.

Постановка завдання. Мета статті полягає у:

доведенні суб'єктивного впливу внутрішніх корпоративних розрахунків (ВКР) на показники фінансового стану корпоративного утворення;

формуванні концептуального підходу щодо виключення впливу внутрішніх корпоративних розрахунків (ВКР) у методиці оцінки фінансового стану;

розробці моделі універсальної науково-прикладної методики виключення впливу внутрішніх корпоративних розрахунків на показники фінансового стану корпоративного утворення, що може бути

адаптована в аналізі показників фінансового стану будь-якого корпоративного утворення будь-якої іншої галузі або сфер економіки із певними припущеннями щодо галузевих особливостей та обставин щодо методологічного забезпечення в розрахунку та аналізі показників фінансового стану.

Аналіз основних досягнень і публікацій. У дослідженні вивчення впливу внутрішніх корпоративних розрахунків на показники фінансового стану корпоративного утворення у переважній більшості ми покладаємось на власні дослідження та продовжуємо поглиблювати змістовність порушеної тематики за практичної відсутності подібних досліджень з боку інших науковців. Так, у попередніх публікаціях [3] та [4] нами було представлено визначення внутрішніх та внутрішньогосподарських розрахунків, а також було проведено аналіз чинного законодавства [5-11] та здійснена його кореляційна оцінка щодо сходимості визначень та колізійних обставин [12, 13] застосування означених термінів у практичній діяльності на залізничному транспорті як прикладу корпоративного утворення відповідно Облікової політики акціонерного товариства «Українська залізниця» (далі – Облікова політика Укрзалізниці) [14]. Враховуючи достатньо високу вірогідність розповсюдження набутих попередніх результатів дослідження на будь-яке корпоративне утворення іншої галузі або будь-яку сферу економіки із певними припущеннями щодо галузевих особливостей та обставин щодо законодавчого забезпечення порушеної проблематики, нами для цілей викладення змісту даного дослідження у визначенні внутрішніх фінансових відносин запропоновано використання осучасненого понятійного апарату шляхом введення єдиного узагальненого терміну «внутрішні корпоративні розрахунки». У даному дослідженні нами приймається, що «внутрішні корпоративні розрахунки» (далі – ВКР) об'єднує визначення термінів «внутрішні розрахунки» та «внутрішньогосподарські розрахунки» та інших подібних термінів, які можуть виникати як різновид фінансових розрахунків всередині корпоративних утворень будь-яких галузей та сфер економіки, які виникають як у горизонтальному, так і вертикальному векторах ієрархічної організаційної структури корпоративного утворення, в тому числі і на залізничному транспорті.

Вищезазначене дає підстави стверджувати, що прийнятий нами для даного дослідження понятійний термін ВКР як різновид внутрішніх фінансових відносин є складним та структурованим поняттям, яке на залізничному транспорті виникає у зв'язку з особливостями організації залізничних перевезень та організаційної структури АТ «Укрзалізниця» щодо проведення взаєморозрахунків між філіями, структурними (виробничими) підрозділами філій за поставлену продукцію (товари), виконані роботи, надані послуги в межах АТ «Укрзалізниця». Умовою проведення ВКР є наявність у кожного із учасників балансу, показники якого включаються до окремого балансу АТ «Укрзалізниця».

Викладення основного матеріалу дослідження.

І Суб'єктивний вплив внутрішніх корпоративних розрахунків (ВКР) на показники фінансового стану корпоративного утворення.

Облікова політика Укрзалізниці [14] використовується структурними підрозділами апарату управління АТ «Укрзалізниця», регіональними філіями, філіями АТ «Укрзалізниця», що входять до складу АТ «Укрзалізниця», та структурними (виробничими) підрозділами, що їм підпорядковуються. Так, відповідно Облікової політики Укрзалізниці [14] об'єктами обліку внутрішньогосподарських розрахунків є: дохідні надходження, доходи від перевезень; операції, пов'язані з централізованим фінансуванням та розподілом коштів Укрзалізниці та її філій; розрахунки, пов'язані з незабезпеченням схоронності вантажу; розрахунки за централізовані поставки товарно-матеріальних цінностей; розрахунки за поставлену продукцію, виконані роботи, надані послуги; розрахунки за послуги з перевезень вантажів і пов'язаних з ними послуг для експлуатаційних потреб Укрзалізниці; послуг з перевезення вантажобагажу для експлуатаційних потреб Укрзалізниці; розрахунки, пов'язані з ремонтом та технічним обслуговуванням вантажних вагонів, наданням послуг з відстою власних порожніх вантажних вагонів на коліях загального користування погоджених станцій залізниць; розрахунки щодо послуг з централізованого водопостачання та водовідведення, послуг з розподілу електроенергії, тарифи на які встановлюються Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг; операції, пов'язані з використанням власних вантажних вагонів, які знаходяться на балансі філій; розрахунки за іншими операціями між філіями в межах Укрзалізниці.

Про облік внутрішніх розрахунків в Обліковій політиці [14] представлена обмежена інформація, що доводить до висновку щодо подібності обліку. Все це ще більше посилює та актуалізує ідею узагальнення згаданих понять у загальне явище обліку внутрішніх корпоративних розрахунків, які нами у даному дослідженні позначено аббревіатурою «ВКР».

У бухгалтерському обліку ВКР на залізничному транспорті відображаються на відповідних субрахунках субрахунку 682 «Внутрішні розрахунки» та 683 «Внутрішньогосподарські розрахунки», які передбачені Планом рахунків [12] для залізничного транспорту. Взаєморозрахунки між філіями здійснюються на підставі первинної документації (повідомлення (авізо) встановленої форми) через Департамент бухгалтерського, податкового обліку, звітності та методології. Таким чином, наявність рівновеликих сум на субрахунках ВКР забезпечує технічну можливість виключення їх при складанні узагальної фінансової звітності філіями, окремої

фінансової звітності АТ «Укрзалізниця». Дане ствердження щодо взаєморозрахунків по ВКР стосується обігів за відповідний звітний період, а розмірковуючи класичною бухгалтерською мовою, - обігів по дебету та кредиту відповідних субрахунків ВКР.

Щодо відображення у фінансовій звітності, то Обліковою політикою Укрзалізниці [14] встановлено відображення ВКР в розгорнутому вигляді, що має прямий та опосередкований вплив на відповідні структурні рядки балансу та підсумкові значення самого балансу (рядок 1300 та рядок 1900), при цьому не порушуючи головного правила бухгалтерського обліку про рівність в абсолютному значенні активу та пасиву балансу, а також /не порушуючи/ економічних закономірностей у визначенні рівня відносних величин, зокрема питомої ваги. Формалізуючи вищесказане класичною бухгалтерською мовою, - в результаті таких взаєморозрахунків, інформація по залишках на рахунках 682 «Внутрішні розрахунки» та 683 «Внутрішньогосподарські розрахунки» відображається у відповідних формах звітності з урахуванням норм Переліку додаткових статей фінансової звітності [6] до НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [5] та НП(С)БО 1 «Консолідована фінансова звітність» [7], а саме у складі відповідних статей балансу (рис.1): дебіторську заборгованість – у рядку 1145 активу балансу та/або кредиторську заборгованість – у рядку 1645 пасиву балансу.

Інформація про фінансово-господарську діяльність підприємства акумулюється у показниках фінансової звітності, методологія визначення яких чітко прописана діючим законодавством та формується через систематизацію даних на рахунках бухгалтерського обліку шляхом застосування методики складання звітності за встановленими НП(С)БО [15], П(С)БО [16] та іншими нормативними документами. [17]

Розрахунок показників фінансового стану на підставі форм фінансової звітності містить комплекс заходів, чітка послідовність виконання яких (приведення даних у порівняльний вигляд; визначення критеріїв і показників оцінки фінансового стану; обчислення показників за період, що аналізується; оцінка фінансового стану за показниками в динаміці; розробка конкретних заходів та прийняття управлінських рішень) є запорукою якісного економічного аналізу. [17, 18]

У дійсному дослідженні ми виходимо з позиції актуальності здійснення процедури підготовки звітних даних до співставного вигляду перед фундаментальним здійсненням аналізу, концептуальні підходи оприлюднено автором дослідження у публікації [17, 18], які стали підґрунтями для подальших альтернативних моделювань в залежності від мети дослідження та інших чинників.

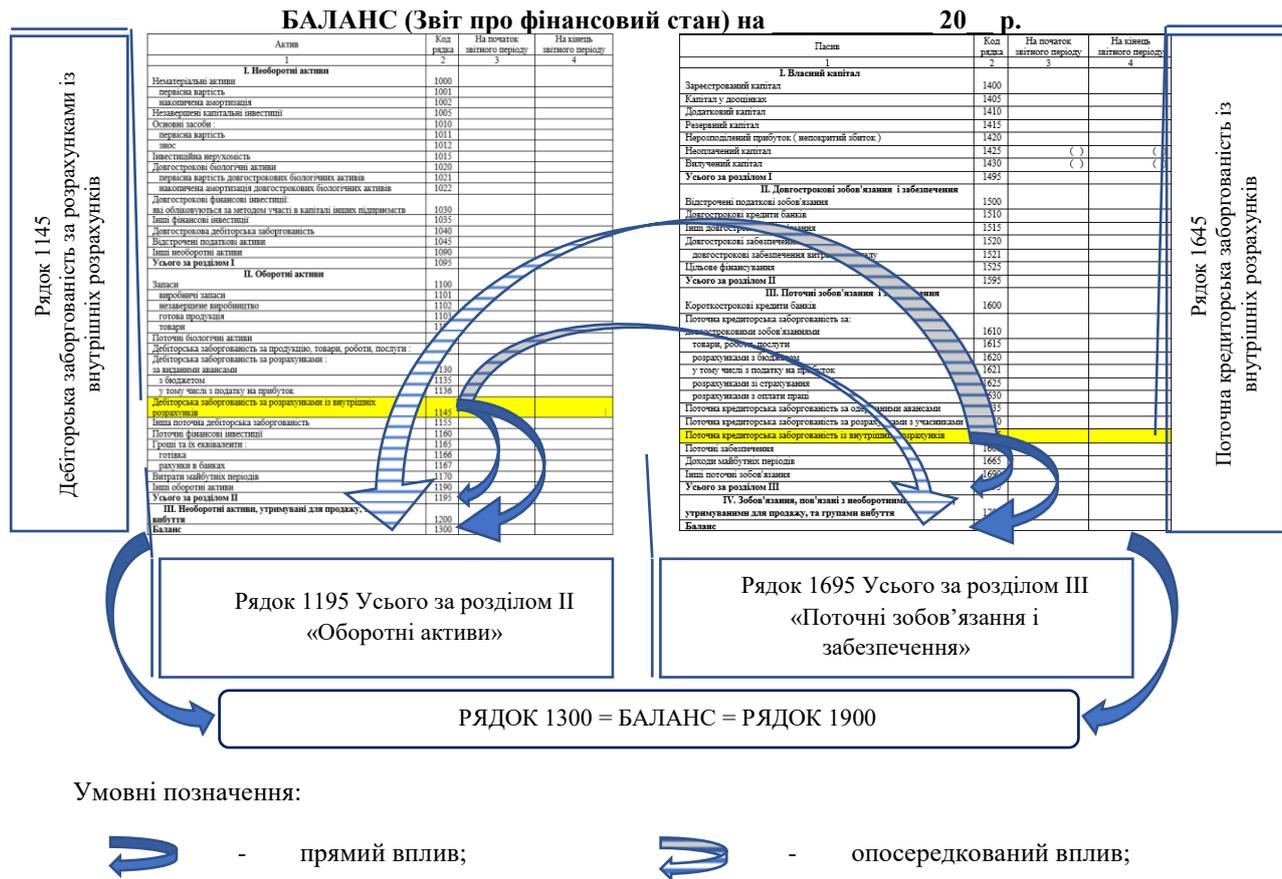


Рис. 1 - Загальна схема балансу корпоративного утворення та вплив ВКР на структуру балансу
 Джерело: розроблено автором самостійно

II Концептуальний підхід щодо виключення впливу ВКР.

Розрахунок показників фінансової звітності на підставі інформаційних можливостей звітності має наукове підґрунтя за фундаментальним дослідженням науковців Бернстайна Л. та Вілда Дж. [19], яке в національній практиці прикладного упровадження обліково-аналітичної діяльності до законодавчих змін у формах фінансової звітності було перероблено та доопрацьовано такими дослідниками як Кононенко О. [20, 21], Маханько О. [20], Клиженко Я. [21], Костирко Р. О. [22] та ін, після значних законодавчих змін без адаптації до нових рядків звітності – такими дослідниками як Школьник О., Боярко І., Дейнека О. [23] та ін. та з використанням елементів адаптаційного підходу до нових рядків звітності – такими дослідниками як Даценко Г., Коцеруба Н., Крупельницька І., Кудирко О., Лобачева І. [24], повністю пристосоване до звітних форм в останній редакції із можливістю використання результатів досліджень для програмування у бухгалтерських аналітичних конфігураторах програмного забезпечення з метою аналітичних досліджень – такими дослідниками як Золотухін О., Верхогляд В., Гужел, Ю., Богатова В., Туча О., Омельницька З., Котляр С., Щербатая Л., Байбеков Т. [25] та Яцух О., Захарова Н. [26].

Враховуючі набуті здобутки науковців у питанні методики розрахунку показників фінансового стану на основі показників фінансової звітності та покладаючись на візуальну схему балансу корпоративного утворення та визначення впливу ВКР на структуру балансу за рис. 1, очевидним постає той факт, що ВКР дійсно значно впливають на відповідні статті балансу, які приймають участь у розрахунку певних показників фінансового стану. Враховуючи змінний стан ВКР в часі із подальшим впливом на статті балансу, постає необхідність визначення процедурного сценарію щодо здійснення розрахунків та аналізу показників фінансового стану в залежності від способу відображення залишків по рахунках ВКР у балансі корпоративного утворення (рис. 2). Окремо відзначимо, що в схематичній візуалізації нами навмисно використовуються паралельні визначення щодо класифікаційних ознак ВКР з метою заострення розуміння змісту ВКР та їх мінливості в часі, а саме: у теоретичній частині - бухгалтерських витоків походження ВКР на рівні обліку в системі рахунків бухгалтерського обліку – з дебетовою, дебетово-кредитовою та кредитовою ознакою відповідно; та у практико-прикладній частині - фінансово-економічних витоків походження ВКР на рівні їх відображення у звітності – з дебіторською, дебіторсько-кредиторською та кредиторською ознакою відповідно.

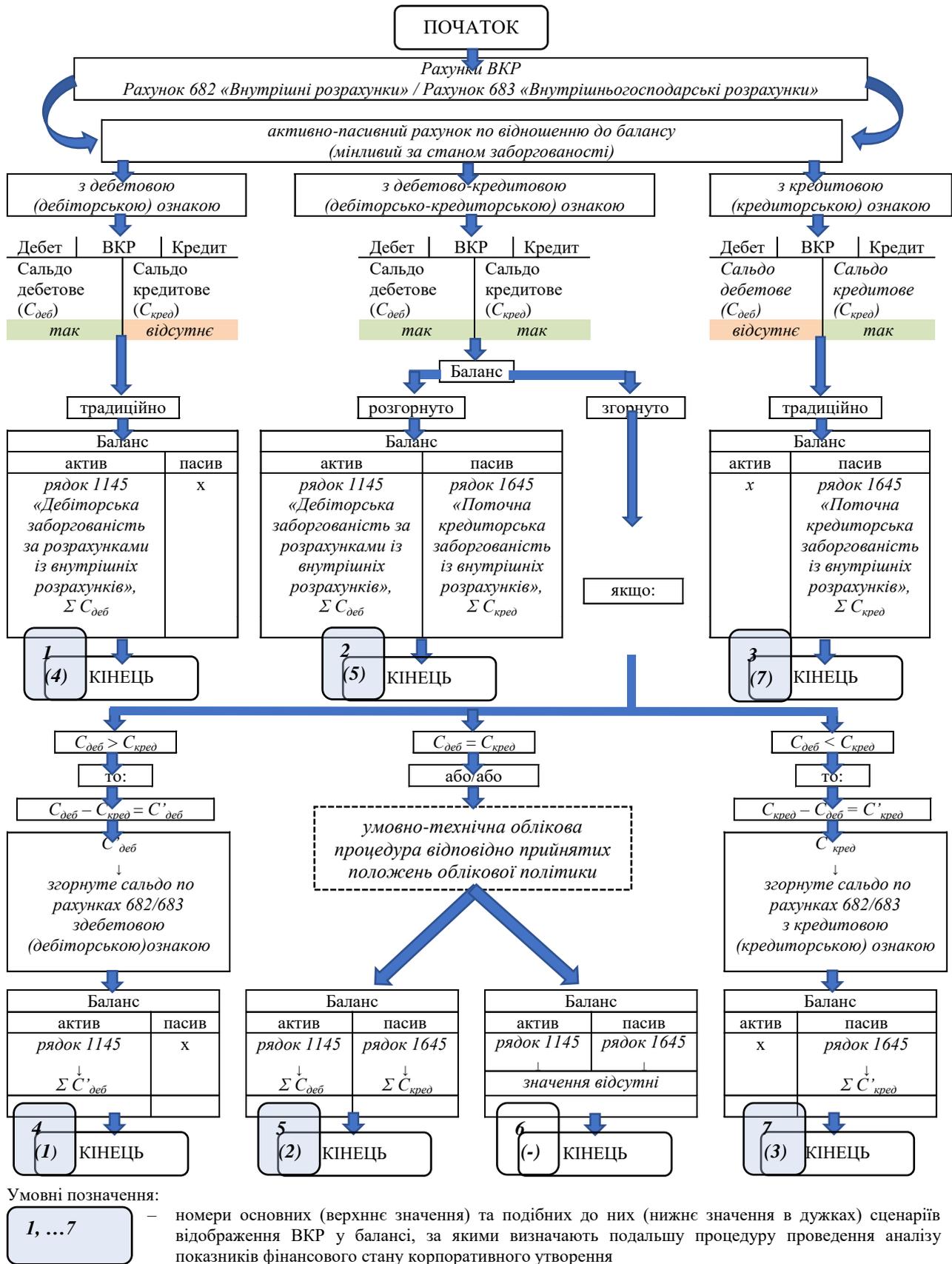


Рис. 2 - Визначення процедурного сценарію щодо здійснення розрахунків та аналізу показників фінансового стану в залежності від способу відображення залишків по рахунках ВКР у балансі корпоративного утворення
Джерело: розроблено автором самостійно

Як наслідок, інтеграція цих двох класифікаційних ознак на прикладі обліку ВКР доводить комплексну системність та інформаційну значущість обліку для аналітико-економічних досліджень.

Вивчення глибинної сутності ВКР за наведеними ознаками доводить до розуміння формування концептуального підходу щодо виключення впливу внутрішніх корпоративних розрахунків в оцінці фінансового стану корпоративного утворення шляхом здійснення відповідних корегувань [перефразовано за 3 та 4]:

якщо в балансі структурного підрозділу зафіксована дебіторська заборгованість по ВКР, то за обліково-аналітичними процедурами її виключають із показників загальної суми оборотних активів (код строки 1195 активу балансу) та загальної суми активу балансу (код строки 1300 активу балансу);

якщо в балансі структурного підрозділу зафіксована кредиторська заборгованість по ВКР, то за обліково-аналітичними процедурами її виключають із показників загальної суми поточних зобов'язань і забезпечень (код строки 1695 пасиву балансу) та загальної суми пасиву балансу (код строки 1900 пасиву балансу).

З вищенаведеного зрозуміло, що ВКР будуть впливати на ті показники, де вони приймають безпосередню участь в розрахунку тих чи інших показників фінансового стану підприємства. Такий спосіб коригування показників фінансового стану нами названий – прямим.

Баланс як форма фінансової звітності підтверджує головне правило бухгалтерського обліку про те, що активи підприємства завжди дорівнюють його пасивам. Це означає, що ВКР з дебіторською ознакою опосередковано знаходяться в пасиві балансу, так як і ВКР з кредиторською ознакою опосередковано знаходяться в активі балансу. Це також означає і те, що при наявності в балансі підприємства дебіторської заборгованості по ВКР її необхідно виключити і з розрахунків тих показників, які розраховуються і за участю загальної суми пасиву (код строки 1900 пасиву балансу). І навпаки: при наявності в балансі підприємства кредиторської заборгованості по ВКР її необхідно також виключити і з розрахунків тих показників, які розраховуються і за участю загальної суми активу (код строки 1300 активу балансу). Такий спосіб коригування показників фінансового стану нами названий – непрямим (або опосередкованим).

Таким чином, за рис. 2 наочно доведено, що в залежності від способу відображення залишків по рахунках ВКР у балансі корпоративного утворення можливо 7 (1,2,...,7) типових процедурних сценаріїв щодо здійснення розрахунків та аналізу показників фінансового стану, які в свою чергу можуть бути згрупованими за певним канонічним підходом – принциповим ходом мислення щодо глобальної подібності у здійсненні аналізу фінансового стану корпоративного утворення за порядком відображення ВКР у звітності, а саме: I – сценарії 1 та 4 (наявність тільки дебіторської ознаки за ВКР); II – сценарії 2 та 5 (наявність дебіторсько-кредиторської ознаки за ВКР);

III – сценарій 6 (взаємне рівнове велике поглинання дебіторсько-кредиторських заборгованостей, «нульова» ознака ВКР); IV – сценарії 3 та 7 (наявність тільки кредиторської ознаки за ВКР).

III. Методика виключення впливу внутрішніх корпоративних розрахунків на показники фінансового стану корпоративного утворення.

Описаний вище концептуальний підхід щодо виключення впливу внутрішніх корпоративних розрахунків став потужним поштовхом для методологічної розробки у вигляді табличних формулярів з метою здійснення коригувальних розрахунків по показниках фінансового стану в залежності від сформованого процедурного сценарію щодо стану відображення ВКР у балансі корпоративного утворення (табл. 1), далі – «орієнтувальна карта». Слід відзначити, що наведена в орієнтувальній карті сукупність показників фінансового стану не є остаточною, оскільки у даному дослідженні застосовано накопичувальний спосіб обробки інформації для теоретично-дослідницьких цілей. У практичній аналітичній діяльності сукупність показників фінансового стану може коливатись як у бік зменшення або збільшення із пріоритетним визначенням значимих показників для діяльності підприємства, так і у бік зменшення або збільшення із деталізованим факторним аналізом по певних показниках, що в сукупності буде створювати індивідуальну систему збалансованих показників фінансового стану для конкретного підприємства.

Додатково, у графі 1 табл. 1 нами представлена особиста точка зору щодо прорахунку та аналізу показників із від'ємним значенням, яке в більшості випадків не корелюється із загальною назвою показника. Тому, за поглядом автора дійсного дослідження, у назві показника поруч із основним визначенням слова «рентабельність» є доречним використання у дужках і слова «збитковість». Аналіз від'ємних значень по таких показниках нами визначається як можливість пошуку резервів підвищення рівня фінансової стійкості або вихід із поганого фінансового стану за заходами кризового менеджменту. У цьому дослідженні до таких показників нами віднесено всі показники прибутковості (рентабельності чи збитковості) підприємства: капіталу, власного капіталу, реалізованої продукції, продажу та господарської діяльності.

Відзначимо, що орієнтувальна карта забезпечує вибір єдиного сценарію щодо здійснення процедури виключення ВКР з метою об'єктивної оцінки фінансового стану за розрахованими показниками певного звітного періоду. Однак, враховуючи мінливий стан ВКР в часі за дебіторсько-кредиторською ознакою, в одному дослідженні можлива ситуація застосування різних сценаріїв у одному дослідженні для відповідних звітних періодів в динаміці, коли в різних звітних, але співставних періодах зафіксована різна за станом заборгованість по ВКР.

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
2 Показники фінансової стійкості підприємства													
2.1 Коефіцієнт автономії	$\frac{\text{ф.№1 п.1495}}{\text{ф.№1 п.1900}}$		+	+			+		+	+	+		коригування не потрібні
2.2 Коефіцієнт співвідношення власних і позикових коштів	$\frac{\text{ф.№1 п.1495}}{\text{ф.№1 (п.1595+п.1695+п.1700)}}$			+			+			+	+		
2.3 Коефіцієнт фінансової стійкості	$\frac{\text{ф.№1 (п.1495+п.1595)}}{\text{ф.1 п.1900}}$		+	+			+		+	+	+		
2.4 Коефіцієнт маневреності власного капіталу	$\frac{\text{ф.№1 (п.1195-п.1695)}}{\text{ф.1 п.1495}}$	+		+		+	+	+		+	+		
2.5 Коефіцієнт забезпечення власними оборотними активами	$\frac{\text{ф.№1 (п.1195-п.1695)}}{\text{ф.1 п.1195}}$	+		+		+	+	+		+	+		
3 Показники ліквідності підприємства													
3.1 Коефіцієнт покриття	$\frac{\text{ф.№1 п.1195}}{\text{ф.№1 п.1695}}$	+		+		+	+	+		+	+		коригування не потрібні
3.2 Коефіцієнт швидкої ліквідності	$\frac{\text{ф.№1 (п.1195-п.1100-п.1110)}}{\text{ф.№1 п.1695}}$	+		+		+	+	+		+	+		
3.3 Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$\frac{\text{ф.№1 (п.1160+п.1165)}}{\text{ф.№1 п.1695}}$			+			+			+	+		
4 Показники прибутковості (збитковості) підприємства													
4.1 Рентабельність (збитковість) капіталу	$\frac{\text{ф.№2 п.2350(п.2355)}}{\text{ф.№1 п.1300}}$	+			+	+		+		+		+	коригування не потрібні
4.2 Рентабельність (збитковість) власного капіталу	$\frac{\text{ф.№2 п.2350(п.2355)}}{\text{ф.№1 п.1495}}$	+				+		+		+			
4.3 Рентабельність (збитковість) реалізованої продукції	$\frac{\text{ф.№2 п.2090(п.2095)}}{\text{ф.№2 п.2050}}$												
4.4 Рентабельність (збитковість) продажу	$\frac{\text{ф.№2 п.2350(п.2355)}}{\text{ф.№2 п.2000}}$												
4.5 Рентабельність (збитковість) господарської діяльності	$\frac{\text{ф.№2 п.2350(п.2355)}}{\text{ф.№2 (п.2050+п.2130+п.2150+п.2180+п.2250+п.2255+п.2270+п.2300)}}$												
5 Показники ділової активності													
5.1 Коефіцієнт оборотності активів	$\frac{\text{ф.№2 п.2000}}{\text{ф.№1 п.1300}}$	+			+	+		+		+		+	коригування не потрібні
5.2 Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	$\frac{\text{ф.№2 п.2000}}{\text{ф.№1 (п.1125÷п.1155)}}$	+				+		+		+			
5.3 Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	$\frac{\text{ф.№2 п.2050}}{\text{ф.№1 (п.1610÷п.1650)}}$			+						+	+		
5.4 Строк погашення дебіторської заборгованості, днів [років]	$\frac{[\text{ф.№1 (п.1125÷п.1155)}] * 360 \text{ дн.}}{\text{ф.№2 п.2000}}$	+				+		+		+			

Закінчення таблиці 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
5.5 Строк погашення кредиторської заборгованості, днів [років]	$[ф.№1 (р.1610÷р.1650)] *360дн.$ $ф.№2 р.2050$			+						+	+		коригування не потрібні	
5.6 Коефіцієнт оборотності запасів, обороти	$ф.№2 р.2000$ $ф.№1 р.1100$													
5.7 Фондовіддача	$ф.№2 р.2000$ $ф.№1 р.1010$													
5.8 Коефіцієнт оборотності власного капіталу	$ф.№2 р.2000$ $ф.№1 р.1495$													

Джерело: розроблено автором самостійно із застосуванням в графах 1 та 2 показників та формул як компіляційний результат узагальнення інформації результатів досліджень за джерелами [25] та [26]

Це лише означає, що досліднику треба застосувати адекватний ситуації (стану заборгованості ВКР) сценарій, що це не порушує логіку дослідження, адже кожний сценарій виконує головну мету – виключення впливу ВКР на дослідження показників фінансового стану корпоративного утворення.

З метою полегшення здійснення корегувальних розрахунків нами рекомендовано скласти підготовчу таблицю за шаблоном, наведеним у табл. 2, отримані

значення по якій можна прямо використовувати у підрахунку скорегованих показників фінансового стану за формулами, наведеними у табл. 1. Розробка підготовчої таблиці також розглядається нами як додаткова аудиторська процедура показників звітності (балансу) з точки зору оцінки впливовості ВКР у корпоративному утворенні, для чого у табл. 2 введені відповідні рядки для підрахунку значення питомої ваги за відповідними показниками.

Таблиця 2 – Підготовча таблиця для здійснення корегувальних розрахунків по виключенню впливу ВКР на показники фінансового стану корпоративного утворення

Показник	Код рядка форми №1	Період	
		n	(n+1)
1 Вихідні дані для проведення розрахунків			
1.1 Баланс (р. 1300 дорівнює р. 1900), тис. грн.	1300 = 1900		
2 Внутрішня дебіторська заборгованість та оцінка її впливу на показники фінансового стану			
2.1 Внутрішні розрахунки (дебіторська заборгованість), тис. грн.	1145		
2.2 Усього оборотних активів, тис. грн.	1195		
2.3 Актив балансу, тис. грн.	1300		
2.4 Частка оборотних активів в балансі, %	-	$n.2.2/n.2.3*100$	
2.5 Частка внутр.-ї дебіторської заборг.-ті в оборотних активах, %	-	$n.2.1/n.2.2*100$	
2.6 Частка внутр.-ї дебіторської заборг.-ті в активі балансу, %	-	$n.2.1/n.2.3*100$	
3 Внутрішня кредиторська заборгованість та оцінка її впливу на показники фінансового стану			
3.1 Внутрішні розрахунки (кредиторська заборгованість), тис. грн.	1645		
3.2 Усього поточні зобов'язання і забезпечення, тис. грн.	1695		
3.3 Пасив балансу, тис. грн.	1900		
3.4 Частка поточних зобов'язань і забезпечень в балансі, %	-	$n.3.2/n.3.3*100$	
3.5 Частка внутр.-ї кредиторської заборг.-ті в поточних зобов'язаннях і забезпеченнях, %	-	$n.3.1/n.3.2*100$	
3.6 Частка внутр.-ї кредиторської заборг.-ті в пасиві балансу, %	-	$n.3.1/n.3.3*100$	
4 Ліміт виключення із розрахунків ($limit_{вишк}$) *			
4.1 Порівняння внутрішніх розрахунків (дебіторська заборгованість) із внутрішніми розрахунками (кредиторська заборгованість), тис. грн.	-	$C_{деб} \begin{cases} < \\ = \\ > \end{cases} C_{кред}$	
4.2 Ліміт виключення з розрахунків, тис. грн.:	якщо $C_{деб} < C_{кред}$, то	$\rightarrow C_{деб}$	
	якщо $C_{деб} = C_{кред}$, то	$\rightarrow C_{деб}$ (або $C_{кред}$)	
	якщо $C_{деб} > C_{кред}$, то	$\rightarrow C_{кред}$	
5 Остаточні скориговані показники для проведення уточнюючих розрахунків			
5.1 Баланс (р. 1300 дорівнює р. 1900), тис. грн.	1300 = 1900		
5.2 Усього оборотних активів, тис. грн.	1195		
5.3 Усього поточні зобов'язання і забезпечення, тис. грн.	1695		

Примітка:

* застосовується при одночасній наявності дебіт.-ї та кредит.-ї заборг.-ті ВКР в одному звітному періоді

Джерело: розроблено автором самостійно

Звертаємо увагу, що у табл. 1 та табл. 2, окрім зазначеного використовується поняття «ліміт виключення» (*limit_{викл.}*), який має особливості застосування у разі одночасної наявності дебіторської та кредиторської заборгованості ВКР в одному звітному періоді. За таких інформаційних умов звітності дослідник, керуючись поставленими цілями дослідження щодо ступеню об'єктивності впливу ВКР корпоративного утворення, має прийняти експертне рішення про ступінчастість здійснення дослідження в один із способів:

або в один етап, де передбачається виключення тільки ліміту виключення з подальшим використанням дебіторської або кредиторської заборгованості по ВКР у звичайному порядку оцінки показників фінансового стану, приймаючи позицію про створене згорнуте сальдо як звичайну дебіторську або кредиторську заборгованість;

або в два етапи, де перший етап передбачає виключення самого ліміту виключення, а другий етап передбачає подібні циклічні заходи із проведення додаткової процедури виключення результату згорнутого залишку по ВКР в залежності від дебіторсько-кредиторської ознаки прямим та опосередкованим способами за сценарієм 1 (у разі створення згорнутого сальдо по ВКР із дебетовою ознакою) або за сценарієм 3 (у разі створення згорнутого сальдо по ВКР із кредитовою ознакою) відповідно.

З метою полегшення аналізу й оцінки здійснених корегувальних розрахунків щодо виключення впливу ВКР корпоративного утворення, інтерпретація результатів дослідження нами рекомендовано представляти у табличному форматі (табл. 3), як певний аналітичний шаблон-таблиця.

Таблиця 3 – Інтерпретація показників фінансового стану корпоративного утворення з урахуванням виключення ВКР /аналітична шаблон-таблиця/

Показник	Рекомендоване значення	Період		Темп росту, %
		n	(n+1)	
1	2	3	4	5
<i>N</i> Перерахунок показників з урахуванням виключення ВКР в показниках <i>!...назва розділу N ...!</i>				
<i>!... назва показника фінансового стану, який підлягає корегуванню...!</i>				
- до вирахування ВКР				
- після вирахування ВКР				
відхилення (відсоток або рази)				

Джерело: розроблено автором самостійно

Також слід відзначити, що за наданим алгоритмом науково-прикладної методики виключення впливу внутрішніх корпоративних розрахунків на показники фінансового стану корпоративного утворення представлені візуальні розрахункові таблиці 2 та 3 для інтерпретації набутих результатів за економічним змістом не можна вважати остаточними. Можливе використання й інших візуальних варіантів інтерпретації результатів дослідження в залежності від аналітично-інформаційних потреб дослідника або користувача інформації.

Висновки та напрями подальших досліджень. Проведене дослідження дозволило зробити такі *висновки*:

Природа походження внутрішніх корпоративних розрахунків на залізничному транспорті має економічні витоки з ієрархії розподілу учасників корпоративного утворення відповідно до його організаційної структури в процесі фінансових відносин всередині галузі під час здійснення фінансово-господарської діяльності.

Фінансові відносини всередині будь-якої галузі позначені нами терміном «внутрішні корпоративні розрахунки», який об'єднує визначення термінів «внутрішні розрахунки» та «внутрішньогосподарські розрахунки» та інших подібних термінів, які можуть виникати як різновид фінансових розрахунків всередині корпоративних утворень будь-яких галузей та сфер економіки, що виникають у горизонтальному та/або вертикальному векторах ієрархічної організаційної структури корпоративного утворення.

Облік внутрішніх корпоративних розрахунків на залізничному транспорті здійснюється на умовах чинного законодавства та відображається в розгорнутому вигляді у фінансовій звітності на підставі положень Облікової політики Укрзалізниці.

Внутрішні корпоративні розрахунки на залізничному транспорті займають значну питому вагу у структурі балансу, що вагомо впливає на показники фінансового стану та експертні судження щодо подальшого фінансового розвитку корпоративного утворення, що стало підґрунтям формування концептуального підходу щодо виключення впливу внутрішніх корпоративних розрахунків у методиці оцінки фінансового стану.

Упровадження запропонованої методики реалізується за допомогою використання візуальних розрахункових таблиць, які допомагають інтерпретувати набуті результати дослідження за економічним змістом.

Напрями подальших досліджень. Авторська науково-прикладна методика виключення впливу внутрішніх корпоративних розрахунків на показники фінансового стану корпоративного утворення може використовуватись в аналізі показників фінансового стану окремих структурних підрозділів залізничного транспорту незалежно від

ієрархічного місцезнаходження в структурі корпоративного утворення та у перспективі може бути адаптована в аналізі показників фінансового стану будь-якого корпоративного утворення будь-якої іншої галузі або сфер економіки із певними припущеннями щодо галузевих особливостей та обставин щодо методологічного забезпечення в розрахунку та аналізі показників фінансового стану.

Список літератури

1. Топоркова О. А., Касянюк Ю. А. Цифрові технології обліку і контролю розрахункової дисципліни на залізничному транспорті. *Економіка та суспільство*, Вип. 40, 2022. С. 1–8. URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-21>.
2. Укрзалізниця [веб-сайт] : Загальна інформація. URL : https://www.uz.gov.ua/about/general_information/.
3. Ievsieieva O., Pidoprygora I., Zaitseva I., Ustilovska A., Ievsieieva A., Kovalova D. 2023 Intra-company aspect of developing a methodology to calculate indicators of the financial condition of a corporation and features of its application in different areas of activities. *Transport Means 2023: Sustainability: Research and Solutions: Proceedings of the 27th International Scientific Conference* (October 04-06, 2023, Hybrid Conference, Palanga, Lithuania), Part I, Kaunas: Kaunas University of Technology, 2023, e.book, p. 521, p.p. 19–24. URL: <https://doi.org/10.5755/e01.2351-7034.2023.P1>.
4. Євсєєва О.О. Облік внутрішніх і внутрішньогосподарських розрахунків та їхній вплив на оцінку фінансового стану структурного підрозділу на прикладі залізничного транспорту. *Бухгалтерський облік, оподаткування, аналіз і аудит: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку* : IV Міжнародна науково-практична конференція (м. Чернігів, 27 листопада 2018 р.) : тези доповідей. – Чернігів : ЧНТУ, 2018. С. 56–58.
5. Загальні вимоги до фінансової звітності [Національний стандарт (положення) бухгалтерського обліку 1] : Наказ Міністерства фінансів України № 73 від 07.02.2013 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>.
6. Перелік додаткових статей фінансової звітності: Додаток 3. НІП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України № 73 від 07.02.2013 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>.
7. Консолідована фінансова звітність [Національний стандарт (положення) бухгалтерського обліку 2] : Наказ Міністерства фінансів України № 628 від 27.06.2013 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1223-13#Text>.
8. Дебіторська заборгованість [Національний стандарт (положення) бухгалтерського обліку 10] : Наказ Міністерства фінансів України № 237 від 08.09.1999 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99#Text>.
9. Зобов'язання [Національний стандарт (положення) бухгалтерського обліку 11] : Наказ Міністерства фінансів України № 20 від 31.01.2000 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00#Text>.
10. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Закон України]: Верховна Рада України, наказ Президента України № 996-XIV від 16.07.1999 року р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>.
11. Про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій [Інструкція]: Наказ Міністерства фінансів України № 291 від 30.11.1999 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text>.
12. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій залізничного транспорту України [План]: наказ ПАТ «Укрзалізниця» від 30.12.2015 № 103.
13. Порядок економічних взаємовідносин на залізничному транспорті України [порядок]: Наказ Укрзалізниці від 23.01.2012 № 019-Ц.
14. Облікова політика акціонерного товариства «Українська залізниця»: Додаток № 23 до протоколу № Ц-56/33 Ком.т. засідання правління АТ «Укрзалізниця» від 25.03.2021.
15. Положення (стандарти) бухгалтерського обліку. URL: <http://kodeksy.com.ua/buh/psbo.htm>.
16. Національні стандарти бухгалтерського обліку і звітності [перелік]. URL: http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/SH000099.html.
17. Ievsieieva, O.; Pidoprygora, I.; Ievsieieva A.; Kovalova, D. 2022. Importance of compatibility of financial statement indicators in calculating financial standing indicators for structural units of railway transport. *Transport Means 2022: Sustainability: Research and Solutions: Proceedings of the 26th International Scientific Conference* (online). (October 05-07, 2022, Online Conference, Kaunas, Lithuania), Part II, Kaunas: Kaunas University of Technology, 2022, p.p. 562 – 567. [e.book, 2022, p. 87–92]. URL: <https://doi.org/10.5755/e01.2351-7034.2022.P2>.
18. Євсєєва О.О., Підпригора І.В., Євсєєв А.С. Методика оцінки фінансового стану корпоративного утворення: виключення впливу внутрішніх та внутрішньогосподарських розрахунків /на прикладі залізничного транспорту як корпоративного утворення/. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. – № 187. – Дніпро: ПДАБА, 2023. С. 104–110. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/187-17>.
19. Bernstein, Leopold and Wild, John. 1998 *Financial Statement Analysis: Theory, Application and Interpretation*, NewYork: McGraw-Hill Companies, Inc.
20. Кононенко О., Маханько О. Аналіз фінансової звітності [методичне видання]. – 4-те вид., перероб. і доп. – Х.: Фактор, 2008. 200 с.
21. Кононенко О., Клиженко Я. Аналіз фінансової звітності [методичне видання]. – 2-е вид., переробл. і допов. – Х. : Фактор, 2009. 224 с.
22. Костирко Р. О. Фінансовий аналіз: *Навч. посібник* / Р.О.Костирко. Х.: Фактор, 2007. 784 с.
23. Фінансовий аналіз [навчальний посібник] : / за заг. ред. Школьник І. О. [І. О. Школьник, І. М. Боярко, О. В. Дейнека та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2016. 368 с. URL: <https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=27776.pdf>.
24. Аналіз господарської діяльності [навчальний посібник] : Г.Даценко, Н.Коцєруба, І.Крупельницька, О.Кудирко, І.Лобачєва; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Вінниц. торг.-екон. ін-т. Вінниця. 2021. 416 с.
25. Аналіз господарської діяльності підприємств: плануємо ефективну роботу в новому році [практичне керівництво]: Бібліотека «Баланс», грудень, №23, 2013. 147 с.
26. Ялух О.О., Захарова Н.Ю. Фінансовий стан підприємства та методика його оцінки. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія: Економіка і управління, Том 29 (68). № 3, 2018. С. 173–180. URL: https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/29_68_3/29_68_3.pdf.

References (transliterated)

1. Toporkova O. A., Kasianiuk Yu. A. (2022) Tsyfrovі tekhnolohiyi obliku i kontrolyu rozrakhunkovoyi dystsypliny na zaliznychnomu transporti [Digital technologies for accounting and control of payment discipline in railway transport]. *Ekonomika ta suspil'stvo* [Economy and Society], vol. 40, pp. 1–8. Available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-21>.
2. Ukrzaliznytsia [web-site]: General information. Available at: https://www.uz.gov.ua/about/general_information/.
3. Ievsieieva O., Pidoprygora I., Zaitseva I., Ustilovska A., Ievsieieva A., Kovalova D. (2023) Intra-company aspect of developing a methodology to calculate indicators of the financial condition of a corporation and features of its application in different areas of activities. *Transport Means 2023: Sustainability: Research and Solutions: Proceedings of the 27th International Scientific Conference* (October 04-06, 2023, Hybrid Conference, Palanga, Lithuania), Part I, Kaunas: Kaunas University of Technology, e.book, p.p. 19–24. Available at: <https://doi.org/10.5755/e01.2351-7034.2023.P1>.
4. Ievsieieva O. O. (2018) Oblik vnutrishnikh i vnutrishn'ohospodars'kykh rozrakhunkiv ta yikhniy vplyv na otsinku finansovoho stanu strukturnoho pidrozdlu na prykladі zaliznychnoho transport (Accounting of internal and on-farm settlements and their impact on the assessment of the financial condition of a structural division on the example of railway transport). *Bukhhalters'ky oblik, opodatkovannya, analiz i audit*:

- suchasnyu stan, problemy ta perspektyvy rozvytku* [Accounting, Taxation, Analysis and Audit: Modern State, Problems and Prospective Development]: IV International Scientific and Practical Conference (Chernihiv, 27 November 2018): abstracts of reports. – Chernihiv: CHNTU, p.p. 56–58.
5. General Requirements of Financial Reporting [*National Accounting Standard (Regulation) 1*]: Order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 73 dd. 07.02.2013. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>.
 6. List of additional items in the financial statements: Appendix 3. NAR(S) 1 “*General Requirements for Financial Statements*”: Order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 73 dd. 07.02.2013. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>.
 7. Consolidated Financial Statements [*National Accounting Standard (Regulation) 2*]: Order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 628 dd. 27.06.2013 Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1223-13#Text>.
 8. Accounts receivable [*National Accounting Standard (Regulation) 10*]: Order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 237 dd. 08.09.1999 Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99#Text>.
 9. Liabilities [*National Accounting Standard (Regulation) 11*]: Order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 20 dd. 31.01.2000 Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00#Text>.
 10. On Accounting and Financial Reporting in Ukraine [*Law of Ukraine*]: Verkhovna Rada of Ukraine, Order of the President of Ukraine No. 996-XIV dd. 16.07.1999 Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>.
 11. On the use of the chart of accounts for accounting for assets, capital, liabilities and business operations of enterprises and organizations [*Instruction*]: Order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 291 dd. 30.11.1999 Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text>.
 12. Chart of accounts for accounting of assets, capital, liabilities and business operations of enterprises and organizations of railway transport of Ukraine [*Chart*]: Order of Ukrzaliznytsia dd. 30.12.2015 No. 103.
 13. Procedure of economic relations in the railway transport of Ukraine [*Procedure*]: Order of Ukrzaliznytsia dd. 23.01.2012 No. 019-C.
 14. Accounting Policy of Ukrainian Railway Joint-Stock Company: Appendix No. 23 to Minutes Ts-56/33 Meeting of the Board of Ukrzaliznytsia JSC dd. 25.03.2021.
 15. Accounting Standards. Available at: <http://kodeksy.com.ua/buh/psbo.htm>.
 16. National Accounting and Reporting Standards [*list*]. Available at: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/SH000099.html.
 17. Ievsieieva O., Pidoprygora I., Ievsieiev A., Kovalova D. (2022) Importance of compatibility of financial statement indicators in calculating financial standing indicators for structural units of railway transport. *Transport Means 2022: Sustainability: Research and Solutions*: Proceedings of the 26th International Scientific Conference (online). (October 05-07, 2022, Online Conference, Kaunas, Lithuania), Part II, Kaunas: Kaunas University of Technology, e.book, pp. 87–92. Available at: <https://doi.org/10.5755/e01.2351-7034.2022.P2>.
 18. Ievsieieva O., Pidoprygora I., Ievsieiev A. (2023) *Metodyka otsinky finansovoho stanu korporatyvnoho utvorennia: vyklyuchennia vplyvu vnutrishnikh ta vnutrishnohospodars'kykh rozrakhunkiv /na prykladi zaliznychnoho transportu yak korporatyvnoho utvorennia* [Methodology for assessing the financial condition of a corporation: excluding the impact of internal and intra-company settlements (based on the example of railway transport as a corporation)]. *Ekonomichnyy prostir*: proceedings. Dnipro, PDABA, No. 187, pp. 104–110. Available at: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/187-17>.
 19. Bernstein, Leopold and Wild, John (1998) *Financial Statement Analysis: Theory, Application and Interpretation*, New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
 20. Kononenko O., Makhanko O. (2008) *Analiz finansovoyi zvitnosti [metodychne vydannya]*. [Analysis of financial statements [methodological guide]] 4th ed., revised and enlarged. Kharkiv: Faktor (in Ukrainian)
 21. Kononenko O., Klyzhenko Ya. (2009) *Analiz finansovoyi zvitnosti [metodychne vydannya]*. [Analysis of financial statements [methodological guide]] 2nd ed., revised and enlarged. Kharkiv: Faktor (in Ukrainian)
 22. Kostyrko R. O. (2007) *Finansovyy analiz: Navch. posibnyk* [Financial analysis: Study guide]. Kharkiv: Faktor (in Ukrainian)
 23. Shkolnyk I. O., Boyarko I. M., Deineka O. V., et al. (2016) *Finansovyy analiz: Navch. posibnyk* [Financial analysis: textbook]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury. Available at: <https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=27776.pdf> (in Ukrainian)
 24. Datsenko H., Kotseruba N., Krupelnytska I., Kudyрко O., Lobacheva I. (2021) *Analiz hospodars'koyi diyal'nosti Navch. posibnyk* [Analysis of economic activity] Kyiv National University of Trade and Economy. Vinnytsia Institute of Trade and Economy. Vinnytsia (in Ukrainian).
 25. *Analiz hospodars'koyi diyal'nosti pidpryyemstv: planuyemo efektyvnu robotu v novomu rotsi (2013) [prakychnye kerivnystvo]*: [Analysis of economic activity of enterprises: planning effective work in the new year] : [practical guide]: Library "Balance", December, No. 23.
 26. Yatsukh O. O., Zakharova N. Yu. (2018) *Finansovyy stan pidpryyemstva ta metodyka yoho otsinky* [Financial state of the enterprise and method of its evaluation]. Proceedings of Tavria National V.I. Vernadskiy University. Series: *Economy and Management*, vol. 29 (68), No. 3, pp. 173–180. Available at: https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/29_68_3/29_68_3.pdf.

Надійшла (received) 05.07.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Євсєєва Ольга Олександрівна (Ievsieieva Olga) – д.е.н., професор, член Громадської організації «Професійна організація аудиторів, бухгалтерів та викладачів обліково-контрольних дисциплін» /членський квиток № 0535 від 08.05.2023р./, вул. Коновальця Євгена, буд. 36Д, 9 пов., терм. С, офіс 63/85, 01133, м. Київ, Україна; член Громадської організації «Міжнародна фундація науковців та освітян» /посвідчення ES1508, термін дії 01.09.2025р./, вул. Звіринська, 63, 01014, м. Київ, Україна; ORCID: 0000-0003-2042-8277; e-mail: polkya@meta.ua

С.О. КУЗНЕЦОВА, П. ІВАХНО

ВПЛИВ ОЦІНОК ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ЗА СПРАВЕДЛИВОЮ ВАРТІСТЮ НА ЗМІНУ ЦІН НА АКЦІЇ

Фінансова звітність компанії повинна надавати інформацію, яка є корисною для прийняття рішень зацікавленими сторонами. Це може включати інформацію про фінансові показники компанії, фінансовий стан і грошові потоки. Оцінка фінансових інструментів за справедливою вартістю може мати значний вплив на ціни акцій банків. Банки, які застосовують облік за справедливою вартістю для фінансових інструментів, можуть відчувати більшу варіативність цін на свої акції порівняно з банками, які не використовують цей метод. Мета цього дослідження полягає в тому, щоб дослідити взаємозв'язок між обліковою оцінкою фінансових інструментів за справедливою вартістю та змінами цін на акції банків. Дослідження має на меті визначити, чи існує зв'язок між оцінкою справедливої вартості фінансових інструментів та змінами цін на акції, і якщо так, то якою мірою цей зв'язок існує. Дослідження також може бути спрямоване на виявлення будь-яких факторів, які можуть вплинути на цей зв'язок, і надання інформації та рекомендацій для зацікавлених сторін, таких як інвестори, регулятори та фінансові установи. Виходячи з досягнутих результатів, досліджена необхідність оптимального та точного використання показників справедливої вартості через їх вплив на результати діяльності компанії, а також більш чітке дотримання банками міжнародних стандартів фінансової звітності щодо оцінки справедливої вартості фінансових інструментів. І, таким чином, це може призвести до підвищення точності прогнозів і збільшення довіри користувачів фінансової звітності до прийняття рішень. Висновки дослідження можуть сприяти доповненню наявної наукової літератури про вплив обліку справедливої вартості на ціни акцій і забезпечити подальше розуміння цього питання. Результати дослідження можуть бути використані банками, для оцінки потенційного впливу впровадження обліку справедливої вартості для фінансових інструментів на курс акцій.

Ключові слова: фінансові інструменти; облікові оцінки; справедлива вартість; МСФЗ; облік

S. KUZNETSOVA, P. IVAKHNO

THE INFLUENCE OF ESTIMATES OF FINANCIAL INSTRUMENTS AT FAIR VALUE ON CHANGES IN SHARE PRICES

A company's financial statements provide information that is useful in making economic decisions. This may include information about the company's financial performance, financial position and cash flows. Valuation of financial instruments at fair value can have a significant impact on bank share prices. Banks that use fair value accounting for financial instruments may experience greater variability in their share prices than banks that do not use this method. The purpose of this research is to investigate the relationship between accounting valuation of financial instruments at fair value and changes in bank stock prices. The research aims to determine whether and to what extent there is a relationship between the fair value of financial instruments and changes in stock prices. Research may also aim to identify any factors that may influence this relationship and provide information and recommendations for stakeholders such as investors, regulators and financial institutions. Based on the results achieved, the need for optimal and accurate use of fair value indicators due to their impact on the company's performance, as well as clearer compliance by banks with international financial reporting standards regarding the fair value assessment of financial instruments, was investigated. And thus, it can lead to increased accuracy of forecasts and increased confidence of users of financial statements in making economic decisions. The findings of the study can contribute to the existing scientific literature on the impact of fair value accounting on stock prices and provide further understanding of this issue. The results of the research can be used by banks to assess the potential impact of the implementation of fair value accounting for financial instruments on the share price.

Keywords: financial instruments; accounting estimates; fair value; IFRS; accounting

Вступ. Епідемічна криза (COVID-19) та військовий конфлікт в Україні похвалили дискусію щодо справедливої вартості на світовому рівні, особливо в банківському секторі, який вважається одним із найбільш чутливих секторів до якості фінансової інформації, де фінансова інформація відіграє головну роль у прийнятті рішень.

У минулому багато дослідників критикували деякі методи розкриття облікової інформації для банків та фінансових компаній. Крах світових фінансових ринків у 2008 році вплинув на бюджети більшості банків, що дуже збентежило органи стандартизації бухгалтерського обліку, оскільки бухгалтери не могли передбачити ці ризики або принаймні пом'якшити їх вплив. Таким чином, Ради, відповідальні за стандарти бухгалтерського обліку, намагалися знайти рішення та пропозиції, які пом'якшили б наслідки будь-яких майбутніх криз або коливань по відношенню до банків і компаній.

Застосування обліку за справедливою вартістю представляє ключову зміну в бухгалтерській думці та одне із суперечливих питань, оскільки надає інформацію, яка впливає на фінансову систему, а також потребу інвесторів в розумінні фінансової

звітності з метою прийняття інвестиційних рішень [7].

Науковці і практики зтикаються з великими проблемами щодо вибору найбільш відповідного методу оцінки, оскільки суперечка щодо цього питання полягає у виборі відповідного методу, який надає більш релевантну інформацію. Особливо тому, що кожен із цих методів призводить до різних результатів для об'єктів обліку у фінансовій звітності, а отже, і до різних рішень, прийнятих користувачами фінансової звітності відповідно до використовуваного методу вимірювання.

Зараз у постковідний період, військовий стан, а також у зв'язку з банкрутством багатьох компаній і значним падінням світових фондових бірж, великі міжнародні бухгалтерські фірми, такі як «Велика аудиторська четвірка», поспішили видати термінові вказівки щодо питань, пов'язаних зі справедливою вартістю.

Справедлива вартість фінансових інвестицій в період кризи повністю відрізняється від звичайних часів, і тому необхідність перегляду фінансової інформації на основі справедливої вартості вкрай необхідна в поточній ситуації, оскільки буде дуже важливим і впливовим етапом для розвитку

бухгалтерського обліку.

У свою чергу, застосування справедливої вартості через внутрішню систему бухгалтерського обліку, яка оснований на міжнародних стандартів бухгалтерського обліку, призводить до великих суперечок, які супроводжували застосування справедливої вартості до банківського сектора та компаній в різних країнах світу.

Аналіз останніх досліджень і літератури. Сутність, особливості і критерії обліку фінансових інструментів за справедливою вартістю представлено в МСФЗ 39 Фінансові інструменти: визнання та оцінка [4].

Вирішенню проблем формування, обґрунтування та застосування обліку фінансових інструментів присвячені публікації як вітчизняних, так і закордонних науковців і практикуючих фахівців Бурденко І., Макаренко І. [1], Ксендзук В. В., Трало І. М. [2], Кузьмінський Ю. [3], Чен Х., Хелман [6] Лашераві [8]. Зокрема, особливості впливу підходів до обліку за справедливою вартістю досліджували Браттен Б. [5], МакДонах Р. [9], Обиши І. [10] та інші. Результати бібліографічного аналізу свідчать про те, що вітчизняні та закордонні дослідники висвітлюють різнобічні аспекти проблематики дослідження. Водночас, на нашу думку, потребують деталізації та теоретичного обґрунтування фінансових інструментів за справедливою вартістю, виходячи з особливостей їх впливу на зміну цін на акції.

Відтак **метою статті** є визначення впливу оцінок фінансових інструментів за справедливою вартістю на зміну цін на акції та прибутковистію акцій.

Виклад основного матеріалу. Справедлива вартість (англ. Fair Value) – це оцінка ціни, яку можна отримати при продажу активу або сплатити при передачі зобов'язання у звичайній операції між учасниками ринку на дату оцінки. Відповідно до Міжнародного стандарту фінансової звітності (IFRS) 13, справедлива вартість є ринковою вартістю, яка відображає умови, що переважають на активному ринку на дату оцінки, без врахування витрат на продаж або передачу.

Відповідно до американського стандарту 157 «Вимірники справедливої вартості» «справедлива вартість — це ціна, яка була б отримана для продажу активу або погашення зобов'язання (ціна виходу) у звичайній операції між учасниками ринку» [12].

Існують три основних методи оцінки справедливої вартості:

1. Ринковий підхід: базується на порівнянні оцінюваного активу із подібними активами, які були продані на відкритому ринку. Це найкращий метод для активів, які торгуються на активних ринках, таких як акції та облігації.

2. Дохідний підхід: використовує прогнозовані майбутні грошові потоки, які дисконтовані до поточної вартості з урахуванням ризиків і невизначеності. Цей підхід підходить для оцінки бізнесу, нерухомості та фінансових інструментів із складною структурою.

3. Витратний підхід: базується на визначенні витрат, необхідних для відтворення або заміщення

активу, з урахуванням зносу та інших факторів. Застосовується для оцінки нерухомості, обладнання тощо.

Основними перевагами справедливої вартості є:

Прозорість: Вона відображає поточну ринкову ціну активу або зобов'язання, що робить фінансову звітність більш зрозумілою для інвесторів.

Актуальність: Оцінка за справедливою вартістю швидко реагує на зміни в ринкових умовах, забезпечуючи більш точну картину фінансового стану компанії.

Однак є і певні недоліки:

Волатильність: Оскільки справедлива вартість залежить від ринкових умов, зміни в оцінці можуть призвести до значних коливань фінансових показників компанії.

Суб'єктивність: У випадках, коли немає ринкових даних, оцінка може базуватися на моделюванні, що залежить від суб'єктивних припущень аналітиків.

Фінансові інструменти включають акції, облігації, деривативи та інші активи, які мають грошову вартість і торгуються на ринку.

Фінансові інструменти включають широкий спектр активів та зобов'язань, серед яких:

Акції: цінні папери, що представляють частку власності в компанії.

Облігації: боргові зобов'язання, які забезпечують їхньому власнику право на отримання фіксованих платежів.

Деривативи: фінансові контракти, вартість яких залежить від базового активу (акції, валюти, індекси).

Залежно від рівня доступності ринкових даних, оцінка фінансових інструментів може відрізнитися за точністю.

IFRS 13 визначає три рівні ієрархії оцінок:

- Level 1: Ціни котируються на активних ринках для ідентичних активів або зобов'язань. Наприклад, акції компанії, які торгуються на відкритих біржах.

- Level 2: Спостережувані дані, відмінні від котируваних цін. Це можуть бути ціни для подібних активів на менш активних ринках.

- Level 3: Не спостережувані дані. Оцінка базується на внутрішніх моделях і припущеннях, коли ринкових даних немає.

Оцінка акцій за справедливою вартістю може суттєво вплинути на фінансову звітність компанії. Для акцій, що котируються на біржі, застосовується Level 1, адже їхня ринкова ціна доступна. Для облігацій часто використовують Level 2, оскільки ринок може бути менш активним. Деривативи, особливо складні, можуть вимагати застосування Level 3, що включає складні математичні моделі для розрахунку справедливої вартості.

Зміни в оцінці активів і зобов'язань за справедливою вартістю безпосередньо впливають на баланс компанії та її прибутковистію. Наприклад, зниження справедливої вартості активів призводить до зменшення чистих активів і, відповідно, до зменшення власного капіталу. Це може відобразитись у звіті про прибутки та збитки як збитки від переоцінки.

Інвестори покладаються на фінансову звітність при ухваленні рішень щодо купівлі або продажу акцій. Зміни в оцінці за справедливою вартістю можуть впливати на їхню думку про ризикованість та стабільність компанії. Наприклад, значне зниження вартості активів може свідчити про проблеми в бізнесі, що призведе до зниження попиту на акції.

Оцінки за справедливою вартістю, особливо для складних фінансових інструментів, можуть суттєво впливати на ціни акцій компаній. Наприклад, якщо компанія оголошує про значну зміну справедливої вартості своїх активів, це може вплинути на сприйняття інвесторами її фінансової стійкості та викликати коливання цін акцій.

Фінансові звіти, що містять суттєві зміни в оцінках за справедливою вартістю, можуть спричинити значні коливання на ринку. Інвестори можуть переглядати свої прогнози щодо прибутковості компанії, що впливає на попит і пропозицію акцій. Наприклад, новина про зниження справедливої вартості активів може викликати паніку серед інвесторів та падіння ціни акцій.

Справедлива вартість підвищує прозорість, але також і волатильність фінансових результатів компаній. Це може створювати додаткові ризики для інвесторів, особливо якщо компанії мають значну частку активів, оцінюваних за Level 2 або Level 3. Такі активи важко оцінити об'єктивно, що підвищує невизначеність та ризики для інвесторів.

Аналізу справедливої вартості акцій приділяється багато уваги науковців, особливо оцінки звичайних акцій компаній, що котируються на фондових біржах. Таким чином, концепція вартості акцій є складною та неоднозначною концепцією, як очікують багато інвесторів, оскільки визначення чіткої концепції вартості залежить від багатьох інших концепцій, які безпосередньо впливають на вартість акцій, включаючи ці концепції (вартість компанії, що випускає цінні папери, загальні економічні умови, зміни в галузі, до якої належить компанія), і будь-яка нова інформація, яка може потрапити на ринок про дії акціонерів або про купівлю-продаж акцій, може негативно або позитивно вплинути на вартість акцій.

Що стосується банківського середовища України, існує багато невирішених питань і проблем, які необхідно підняти, наприклад питання, пов'язані зі справедливою вартістю в цьому секторі, класифікацією та рекласифікацією фінансових інструментів, оцінкою та розкриттям інформації. Таким чином, увага в цьому дослідженні зосереджена на оцінці реальності моделі справедливої вартості фінансових інструментів відповідно до міжнародних стандартів фінансової звітності.

Огляд наукової літератури показує, що в дослідженні Лашераві описує справедливую вартість активів та її вплив на фінансові показники [8]. Деякі фінансові активи оцінюються за справедливою вартістю, а фінансові зобов'язання – за історичною вартістю, що призводить до неузгодженості підходів до бухгалтерського обліку та суперечить принципам бухгалтерського обліку, і це має значний вплив на користувачів фінансової звітності та оцінку

ефективності. Визначено, що метод обліку за справедливою вартістю є найкращим показником для оцінки фінансових інструментів і зобов'язань у тлі змін, які відбуваються в економіці [11]. Використання оцінки за справедливою вартістю позитивно впливає на якісні характеристики фінансової звітності: надійність та зрозумілість. Міжнародні стандарти фінансової звітності, які допомагають досягати кращих і точніших результатів, що призводить до підвищення точності прогнозів і підтримує справедливую вартість активів, для підвищення довіри інвесторів та ефективності інвестиційних рішень.

В дослідженнях Чена Х. було доведено вплив коригувань фінансових інструментів за справедливою вартістю на розподіл дивідендів за допомогою аналізу вибірки компаній фінансового сектору [6]. Аналіз базувався на сукупності факторів, найбільш значущими з яких було визначено зміну вартості основних засобів і запасів, а також їх вплив на грошові потоки та ліквідність на основі міжнародних стандартів фінансової звітності. Це дослідження виявило позитивний зв'язок між коригуваннями фінансових інструментів за справедливою вартістю і корпоративними дивідендами, вказуючи на те, що використання компаніями фінансового сектору коригування фінансових інструментів за справедливою вартістю призводить до збільшення прибутку.

Авторами Братен Б., Кашоли В., Муерс М. було доведено використання банками резерву на покриття збитків за кредитами для управління прибутком і його зв'язок із часткою активів оцінених за справедливою вартістю [5]. Дослідження базувалося на наборі змінних, найважливішими з яких є основні засоби та зміна їх справедливої вартості та її вплив на рентабельність активів. Зазначене дослідження виявило, що банки з більшою часткою активів оцінених за справедливою вартістю, менше застосовують резерв на покриття збитків за кредитами для управління прибутком.

Науковці розробили ряд ідей щодо використання оцінки справедливої вартості активів компанії. Тобто, наскільки підприємства в різних галузях дотримуються МСФЗ, які вимагають використання оцінки за справедливою вартістю [9].

Цікавими є опитування інвесторів та менеджерів компаній, в якому вчені намагались вивчити зв'язок між обліком справедливої вартості та надійністю облікової інформації [10].

Виходячи з природи визначеного об'єкта, а також для досягнення мети дослідження і перевірки гіпотези, описовий підхід покладався на попередні теоретичні дослідження та науково-практичну літературу. Для розгляду різних концепцій та елементів, пов'язаних з вимірюванням впливу облікових оцінок фінансових інструментів за справедливою вартістю на зміну цін на акції використовувався метод кореляційного аналізу, що допомогло оцінити сили зв'язку між випадковими величинами, які характеризують певний реальний процес (рисунок).

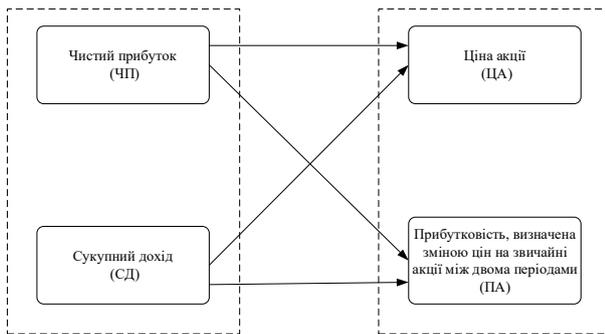


Рисунок – Моделювання впливу облікових оцінок фінансових інструментів за справедливою вартістю на зміну цін на акції

Вибірка за період 2012-2021 рр. з необхідними даними по 5 банкам України була використана для перевірки гіпотез кореляційно-регресійний аналіз для наступних моделей:

$$\text{Ціна акції (ЦА)} = a_0 + a_1 \cdot \text{ЧП} \quad (1)$$

$$\text{Ціна акції (ЦА)} = a_0 + a_1 \cdot \text{ПА} \quad (2)$$

$$\text{Прибутковість акції (ПА)} = a_0 + a_1 \cdot \text{ЧП} \quad (3)$$

$$\text{Прибутковість акції (ПА)} = a_0 + a_1 \cdot \text{ПА} \quad (4)$$

ЦА – ціна звичайних акцій;

ПА – прибутковість, визначена зміною цін на звичайні акції між двома періодами;

ЧП – чистий прибуток;

СД – сукупний дохід.

Цей зв'язок було перевірено шляхом порівняння коефіцієнтів кореляції та регресії для першої та другої моделей. Аналітичні дані свідчать про те, що коефіцієнт кореляції Пірсона між ринковою ціною акцій і сукупним доходом склав 0,798, що більше, ніж коефіцієнт кореляції між ринковою ціною на акцію та чистим прибутком, який становив 0,590. Результати аналізу показують, що зв'язок між ринковими цінами акцій і сукупним доходом сильніший, ніж з чистим прибутком.

В результаті аналізу бачимо, що коефіцієнт кореляції Пірсона між ринковою прибутковістю акцій і сукупним доходом склав 0,645, що більше, ніж коефіцієнт кореляції між ринковою прибутковістю на акцію та чистим прибутком, який становив 0,527, а тест регресії вказує на те, що коефіцієнт регресії між ринковою прибутковістю акцій і сукупним доходом склав 0,354 (зміни сукупного доходу інтерпретують 35,4% змін ринкової прибутковості), що більше, ніж коефіцієнт регресії між ринковою прибутковістю чистого прибутку, який становив 0,22 (зміни чистого доходу інтерпретують 22,0% ринкової зміни прибутку), що вказує на те, що зв'язок між ринковою прибутковістю акцій і сукупним доходом сильніший, ніж між ринковою прибутковістю та чистим прибутком.

Висновки. Результати проведеного дослідження демонструють, що взаємозв'язок між цінами на акції та сукупним доходом компанії є більш суттєвим, ніж співвідношення між цінами на акції та чистим

прибутком. Аналогічно, співвідношення між прибутками на акцію та сукупним доходом виявилось вищим, ніж між прибутками на акцію та чистим прибутком. Це дозволяє зробити висновок, що у моделях, які аналізують вплив облікових оцінок фінансових інструментів за справедливою вартістю на динаміку цін на акції та їхню прибутковість, сукупний дохід відіграє важливішу роль, ніж чистий прибуток.

Такі результати можуть бути пов'язані з тим, що сукупний дохід включає не тільки основний операційний прибуток компанії, але й інші доходи та витрати, які можуть мати значний вплив на фінансовий стан компанії. Це забезпечує більш повне відображення її фінансових результатів. Водночас, чистий прибуток є більш обмеженим показником, оскільки він не враховує вплив багатьох факторів, таких як переоцінка активів, курсові різниці або зміни у вартості фінансових інструментів.

Однак результати дослідження надають лише часткові докази того, що сукупний дохід і чистий прибуток здатні адекватно відобразити реальні результати діяльності компанії, оскільки їхній зв'язок з прибутковістю акцій залишається слабким. Це свідчить про певні обмеження дослідження, зокрема щодо можливості цих показників слугувати індикаторами ефективності діяльності компанії. Важливим фактором, який впливає на такі результати, є нестабільність і мінливість ринкових умов, які можуть викривляти взаємозв'язок між фінансовими показниками та цінами на акції.

Для подолання таких обмежень необхідне більш детальне дослідження з урахуванням різних факторів, що можуть впливати на прибутковість акцій, зокрема макроекономічних змін, галузевих особливостей, а також специфіки діяльності окремих компаній. Зокрема, варто звернути увагу на те, що фінансові інструменти, які оцінюються за справедливою вартістю, можуть мати значний вплив на фінансову звітність, оскільки їхня оцінка відображає поточну ринкову кон'юнктуру, що може суттєво змінюватися протягом короткого періоду часу.

На підставі отриманих даних можна стверджувати про необхідність більш оптимального та точного використання показників справедливої вартості, оскільки вони значно впливають на результати діяльності компанії та можуть спотворювати фінансову звітність у разі їхньої неправильної оцінки. Для цього важливо забезпечити чітке дотримання міжнародних стандартів фінансової звітності (зокрема, МСФЗ 13) щодо оцінки справедливої вартості фінансових інструментів. Недотримання таких стандартів може призвести до викривлення даних фінансової звітності, що ускладнює ухвалення рішень інвесторами та іншими зацікавленими сторонами.

Важливо також підкреслити необхідність підвищення рівня підготовки та кваліфікації фахівців, які займаються оцінкою справедливої вартості у банківській сфері. Це включає проведення спеціалізованих навчальних курсів, підвищення кваліфікації та впровадження системи сертифікації для осіб, відповідальних за оцінку фінансових

інструментів. Такі заходи допоможуть зменшити ризики, пов'язані з неправильною оцінкою активів, та підвищити точність складання фінансової звітності.

Результати цього дослідження вказують на те, що використання показників справедливої вартості потребує подальшого вдосконалення, оскільки їхній вплив на фінансові результати компаній є значним. Підвищення точності оцінок може сприяти покращенню якості фінансової звітності, що, у свою чергу, підвищить довіру користувачів до таких звітів і сприятиме прийняттю більш обґрунтованих рішень. Крім того, вдосконалення підходів до оцінки справедливої вартості та їх імплементація у фінансову практику можуть сприяти підвищенню прозорості фінансової звітності та покращенню репутації банківської системи загалом.

Таким чином, дане дослідження підтверджує важливість впровадження комплексного підходу до оцінки фінансових інструментів за справедливою вартістю, що включає не тільки технічні аспекти, але й організаційні заходи з підвищення компетентності фахівців. У майбутньому це дозволить забезпечити більш точне відображення фінансових результатів компаній, підвищить довіру до фінансової звітності та сприятиме покращенню ефективності управління фінансовими ресурсами.

Список літератури

1. Бурденко І., Макаренко І. Справедлива вартість в оцінці фінансових інструментів: вимоги Міжнародних стандартів фінансової звітності. Вісник Національного банку України. 2014. № 2. С. 44-50.
2. Ксєндзук В. В., Трало І. М. Оцінка фінансових інструментів за справедливою вартістю в бухгалтерському обліку. Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки. 2019. № 2. С. 468-476.
3. Кузьмінський Ю. Облік фінансових інструментів, хеджування та фінансова криза – є зв'язок? Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка: Економіка. 2010. № 181. С. 29–31.
4. Фінансові інструменти: визнання та оцінка: Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 39. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>
5. Bratten, B., Causholli, M., Myers, L.A. Fair Value Exposure, Auditor Specialization, and Banks' Discretionary Use of the Loan Loss Provision. *Journal of Accounting, Auditing and Finance*. 2020. 35 (2), pp.318-348.
6. Chen, X., Hellmann, A., Mithani, S.R. The Effect of Fair Value Adjustments on Dividend Policy Under Mandatory. *International Financial Reporting Standards Adoption: Australian Evidence Abacus*. 2020. 56 (3), pp. 436- 453.
7. Fahad, A. Y., & Abdurrazaq, T. O. Analyzing Causes of International Trade Shocks. *International Journal of Professional Business Review*. 2022. 7(6)
8. Lashaarawy, Hatem Abdel Fattah, Nofal, Gamal Abdel Hamid Shehata. The effect of accounting for the fair value of assets on the financial performance of Palm Hills Real Estate Development Company (case study). *The Scientific Journal of Commercial Research (Menoufia University)*. 2022. 45(2), 87-130.

9. McDonough, R., Panaretou, A., Shakespeare, C. Fair value accounting: Current practice and perspectives for future research. *Journal of Business Finance and Accounting*. 2020. 47 (3-4), pp. 303-332.
10. Oyebisi Ibidunnia, Wisdom Okerea, Fair value accounting and reliability of accounting information of listed firms in Nigeria. *Growing Science Accounting*. 2018. 5, pp. 91–100, www.GrowingScience.com/ac/ac.html.
11. Shakatreh, M., Rumman, M. A. A., & Mugableh, M. I. Reviewing the Framework of Risk Management: Policy and Hedging. *International Journal of Professional Business Review*. 2023. 8(1), e0928. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i1.928>
12. Fair Value Measurements Statement of Financial Accounting Standards 157: Fair Value Measurements URL: <https://www.fasb.org/>

References (transliterated)

13. Burdenko I., Makarenko I. (2014) Spravedlyva vartist v otsintsi finansovykh instrumentiv: vymohy Mizhnarodnykh standartiv finansovoi zvitnosti. *Visnyk Natsionalnoho banku Ukrainy.. № 2. S. 44-50.*
14. Ksendzук V. V., Tralo I. M. (2019) Otsinka finansovykh instrumentiv za spravedlyvoiu vartistiu v bukhgalterskomu obliku. *Visnyk KhNAU. Serii : Ekonomichni nauky. № 2. S. 468-476.*
15. Kuzminskiy Yu. (2010) Oblik finansovykh instrumentiv, khedzhuvannia ta finansova kryza – ye zv'язok? *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka: Ekonomika. № 181. S. 29–31.*
16. Finansovi instrumenty: vyznannia ta otsinka: Mizhnarodnyi standart bukhgalterskoho obliku 39. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>
17. Bratten, B., Causholli, M., Myers, L.A. (2020). Fair Value Exposure, Auditor Specialization, and Banks' Discretionary Use of the Loan Loss Provision *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 35 (2), pp.318-348.
18. Chen, X., Hellmann, A., Mithani, S.R. (2020). The Effect of Fair Value Adjustments on Dividend Policy Under Mandatory International Financial Reporting Standards Adoption: Australian Evidence *Abacus*, 56 (3), pp. 436- 453.
19. Fahad, A. Y., & Abdurrazaq, T. O. (2022). Analyzing Causes of International Trade Shocks. *International Journal of Professional Business Review*, 7(6), e01119. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2022.v7i6.1119>
20. Lashaarawy, Hatem Abdel Fattah, Nofal, Gamal Abdel Hamid Shehata. (2022). The effect of accounting for the fair value of assets on the financial performance of Palm Hills Real Estate Development Company (case study). *The Scientific Journal of Commercial Research (Menoufia University)*, 45(2), 87-130. doi: 10.21608/sjsc.2021.00357.1058.
21. McDonough, R., Panaretou, A., Shakespeare, C. (2020). Fair value accounting: Current practice and perspectives for future research *Journal of Business Finance and Accounting*, 47 (3-4), pp. 303-332.
22. Oyebisi Ibidunnia, Wisdom Okerea, (2018), "Fair value accounting and reliability of accounting information of listed firms in Nigeria", *Growing Science Accounting* 5, pp. 91–100, www.GrowingScience.com/ac/ac.html.
23. Shakatreh, M., Rumman, M. A. A., & Mugableh, M. I. (2023). Reviewing the Framework of Risk Management: Policy and Hedging. *International Journal of Professional Business Review*, 8(1), e0928. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i1.928>
24. Fair Value Measurements Statement of Financial Accounting Standards 157: Fair Value Measurements URL: <https://www.fasb.org/>

Надійшла (received) 12.07.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Кузнецова Світлана Олександрівна (Kuznetsova Svitlana) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри обліку і фінансів; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1567-4791>; e-mail: Svitlana.Kuznetsova@khi.edu.ua

Івахно Павло (Ivakhno Pavlo) – аспірант, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», аспірант кафедри обліку і фінансів; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-1515-1924>; e-mail: Pavlo.Ivakhno@emmb.khi.edu.ua

П.Г.ПЕРЕРВА, Т.О.КОБЕЛЄВА, І.В.ДОЛИНА
ДОСЛІДЖЕННЯ ЕВОЛЮЦІЇ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ: ВІД СТАРТАПУ ДО
МАСШТАБОВАНОГО БІЗНЕСУ

У статті розглядається процес еволюції підприємства від етапу стартапу до повномасштабного масштабованого бізнесу. Основну увагу приділено аналізу ключових факторів, які впливають на трансформацію організаційних структур, управлінських підходів та стратегії розвитку на різних етапах зростання компанії. Автори описують основні виклики, з якими стикаються стартапи у фазі початкового розвитку, зокрема обмеженість ресурсів, пошук ринкової ніші та управління ризиками. Досліджено механізми, які допомагають підприємствам переходити до масштабування: впровадження ефективних бізнес-процесів, формування команди, адаптація до змін ринкових умов та використання інноваційних підходів у маркетингу та технологіях. Також у статті аналізуються основні стратегічні моделі, які забезпечують довгострокову конкурентоспроможність та стійкість бізнесу, включаючи стратегії диверсифікації, залучення інвестицій та автоматизації операцій. Практичні рекомендації базуються на прикладах успішних підприємств, які пройшли шлях від стартапу до масштабованого бізнесу. Розглянуто основні проблеми, які можуть виникнути в перехідний період від стартапу до масштабування бізнесу. Доведено, що подолання проблем і перемога в ринковій конкуренції вимагає, щоб підприємець і команда засновників: встановлювали та підтримували чітке почуття напрямку; позиціонували та перепозиціонували пропозицію відповідно до потреб розширеного ринку; розробляли та впроваджували внутрішні процеси для забезпечення реагування клієнтів; створили здібну та віддану управлінську команду, яка відповідає стратегічному напрямку; впроваджували процеси прийняття рішень та інфраструктуру, що відповідають стадії розвитку; розбудовували фінансовий потенціал, орієнтований на ефективне використання наявних ресурсів; плекати культуру, яка відображає цінності, переконання та норми, що підтримують бізнес-мету; визнавали вразливі місця, властиві підприємству, що розвивається, і проактивно управляти ризиками. Це дослідження буде корисним для підприємців, менеджерів і дослідників, які цікавляться динамікою розвитку компаній та управлінням змінами на різних етапах життєвого циклу бізнесу.

Ключові слова: управління змінами, масштабування бізнесу, стартап, життєвий цикл, подолання проблем, ефективність, підприємства

P.G.PERERVA, T.O.KOBELIEVA, I.V.DOLYNA
STUDY OF THE COMPONENTS OF THE "INTELLIGENT ENTERPRISE" MANAGEMENT
SYSTEM: MINIMUM COST STRATEGY AND PACKAGE PRICING

The article discusses the process of evolution of an enterprise from the startup stage to a full-scale scalable business. The main attention is paid to the analysis of key factors that affect the transformation of organizational structures, management approaches and development strategies at different stages of the company's growth. The authors describe the main challenges faced by startups in the initial development phase, including limited resources, finding a market niche, and managing risks. The mechanisms that help enterprises move to scaling have been studied: the introduction of effective business processes, team building, adaptation to changes in market conditions and the use of innovative approaches in marketing and technology. The article also analyzes the main strategic models that ensure long-term competitiveness and sustainability of business, including strategies for diversification, investment attraction and automation of operations. Practical recommendations are based on examples of successful enterprises that have gone from a startup to a scalable business. The main problems that may arise during the transition period from startup to business scaling are considered. It has been proven that overcoming challenges and winning market competition requires that the entrepreneur and the founding team: establish and maintain a clear sense of direction; positioned and repositioned the offer in accordance with the needs of the extended market; developed and implemented internal processes to ensure customer response; created a capable and dedicated management team that aligns with the strategic direction; implemented decision-making processes and infrastructure appropriate to the stage of development; built financial potential focused on the efficient use of available resources; nurture a culture that reflects the values, beliefs, and norms that support the business purpose; recognize the vulnerabilities inherent in a developing enterprise and proactively manage risks. This study will be useful for entrepreneurs, managers and researchers interested in the dynamics of company development and change management at different stages of the business life cycle.

Keywords: change management, business scaling, startup, life cycle, overcoming problems, efficiency, enterprises

Постановка проблеми. У сучасному бізнес-середовищі підприємства стикаються з викликами, пов'язаними з масштабуванням діяльності, що зумовлює необхідність глибокого розуміння процесів організаційних змін. Від етапу стартапу, який характеризується обмеженими ресурсами, високою невизначеністю та необхідністю швидкої адаптації до ринку, до стадії масштабованого бізнесу підприємства проходять через низку критичних трансформацій. Особливо актуальною ця тема стає в умовах Індустрії 4.0, коли впровадження інноваційних технологій, цифровізація та автоматизація сприяють не лише оптимізації процесів, а й зумовлюють необхідність перегляду стратегій управління. Успішне масштабування потребує системного підходу до змін, врахування динаміки ринку, технологічних тенденцій і корпоративної культури [1-15].

Актуальність дослідження також визначається зростанням кількості стартапів, що прагнуть швидко переходити до стабільного і конкурентоспроможного бізнесу. Це потребує нових моделей лідерства,

інноваційного менеджменту та стратегічного планування, які враховують швидкість змін і складність сучасних ринкових умов.

Дослідження цього питання сприяє формуванню ефективних інструментів для підприємств різного масштабу, дозволяючи не лише виживати, а й процвітати в умовах глобальної конкуренції та технологічної революції.

Мета дослідження. Метою цього дослідження є виявлення, систематизація та аналіз ключових етапів, механізмів та стратегій еволюції підприємств у процесі їхнього переходу від стартапу до масштабованого бізнесу. Ця мета спрямована на створення комплексного розуміння процесу еволюції підприємств, що дозволить підвищити їхню конкурентоспроможність і забезпечити сталий розвиток у довгостроковій перспективі.

Аналіз сучасних досліджень і публікацій. Сучасні дослідження вивчають еволюцію підприємств через призму організаційного розвитку, стратегічного управління та технологічної трансформації. Аналіз актуальних публікацій дозволяє виділити такі ключові напрями.

Теорія життєвого циклу підприємств [2, 7, 11] аналізує основні фази розвитку бізнесу, включаючи стартап як початковий етап, що характеризується швидкою зміною стратегії та невизначеністю. Дослідження [1, 3, 13] наголошують на важливості підходів Lean Startup та Customer Development, які дозволяють мінімізувати ризики на ранніх стадіях. McKinsey & Company виділяє критичні фактори успіху при масштабуванні: гнучкість організації, залучення талантів і управління змінами [4, 6]. Роботи [5, 7] пояснюють, як підприємства переходять від роботи з інноваторами до масового ринку, що є ключовим етапом для масштабування. Дослідження [7, 12] демонструють вплив технологій Індустрії 4.0, таких як автоматизація, великі дані та штучний інтелект, на трансформацію підприємств. У роботах [4, 15] висвітлюється роль цифрової економіки в забезпеченні конкурентоспроможності бізнесів, що розширюють свої масштаби. Згідно з дослідженнями [8, 15], розвиток корпоративної культури та адаптивність лідерів є ключовими елементами для управління змінами. В публікації [3] автори підкреслюють важливість стратегічного бачення та емоційної залученості працівників у процесах трансформації. Boston Consulting Group аналізує фактори стійкого зростання, такі як оптимізація операційних моделей та інтеграція в глобальні ринки [6]. У працях [1, 7] розглядаються конкурентні стратегії, що дозволяють підприємствам успішно масштабуватися в умовах глобалізації.

Аналіз сучасних досліджень свідчить, що успішна еволюція підприємств залежить від комбінації стратегічного бачення, технологічної інтеграції, адаптивного управління та здатності організацій до швидких змін. Вивчення цих аспектів дає підприємствам можливість не лише масштабувати бізнес, а й забезпечити довготривале лідерство на ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Останніми роками методологія lean startup (ощадливого стартапу) популяризується як науковий метод, що застосовується до стартапів. Цей підхід наголошує на дисциплінованому процесі вивчення, перевірки та вдосконалення бізнес-концепції як важливого першого кроку в розвитку бізнесу. Хоча це безперечно важливо, удосконалення та перевірка бізнес-концепції є лише першим кроком. Попереду ще багато роботи, оскільки підприємці та його команда закладають основу для масштабованого підприємства.

Різні моделі описували хронологічну еволюцію підприємницьких фірм. Більшість з них дотримуються класичної моделі життєвого циклу організаційного зростання та зосередилися на еволюції управлінських функцій і ролей на різних етапах [2]. Інші описували періоди зростання і еволюції, що перемежуються кризами лідерства, автономії, контролю і бюрократії, кожен з яких задає основу для наступного періоду зростання [2, 7].

На нашу думку, процес підприємницьких інновацій проходить чотири етапи (запуск, перетворення, масштабування та вихід), кожен з яких визначається основними викликами, з якими стикається команда засновників. Як показано на рисунку, межі між сусідніми етапами нечіткі і часто перекриваються. Хоча важливо правильно розробити бізнес-концепцію на етапі запуску, закладання основи для масштабованого підприємства в період переходу є не менш важливим і в кінцевому підсумку може мати більший вплив на успіх бізнесу, ніж стартап.

Основні кроки в переході від стартапу, що зароджується, до організації, здатної до стійкого і прибуткового зростання, не є очевидними для багатьох підприємців на ранніх стадіях.

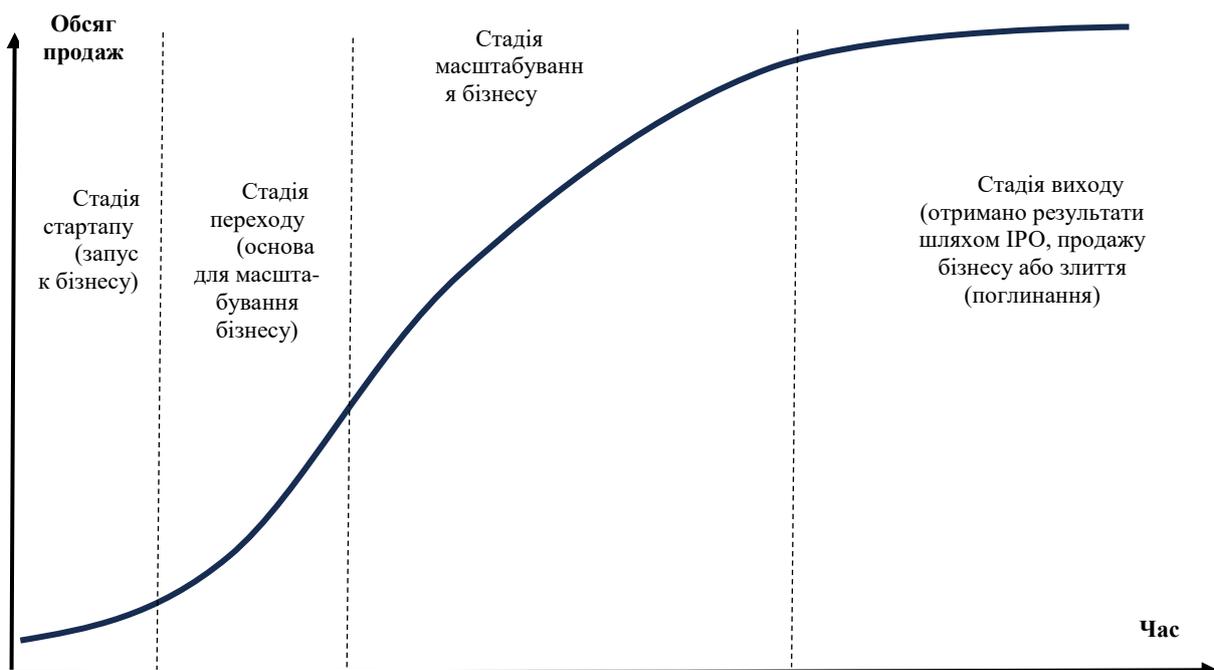


Рисунок – Формування ключових характеристик системи менеджменту «розумного підприємства»

Джерело: авторська розробка

Життєвий цикл підприємницького підприємства складається з чотирьох етапів (стартап, перехід, масштабування та вихід), кожен з яких визначається основними проблемами, з якими стикається команда засновників (рис.1). Популярна методологія оцідливого стартапу наголошує на дисциплінованому процесі вивчення, перевірки та вдосконалення бізнес-концепції як важливого першого кроку в процесі. Хоча безперечно важливо правильно сформулювати бізнес-концепцію на початку, існує перехідний період, протягом якого команда засновників повинна закласти міцну основу для зростання та масштабування, що в кінцевому підсумку може мати більший вплив на успіх венчуру. Завдання підприємця на *стадії стартапу* полягає в тому, щоб визначити та перевірити бізнес-концепцію: ринкові можливості (тобто критична величина потреб споживачів, цільовий ринок, розмір ринку та терміни його освоєння); пропозиція (тобто продукт або послуга, цінність пропозиції), бізнес-модель (тобто ресурси, процеси та економічна модель); а також стратегія виходу на ринок, необхідна для надійного надання на високому рівні пропозиції цільовому споживачу. У стартапі фокус вузький, витрати часу та ресурсів обмежені, а економічні ризики скромні. Організація стартапу, як правило, неформальна, слабо структурована і плінна.

Перехідний період починається приблизно в той момент, коли підприємницька фірма вперше завойовує популярність на ринку. Перехід являє собою важливий міст між слабо структурованою неформальністю стартапу і структурованою і дисциплінованою формою, необхідною для швидкого масштабування. Завдання підприємця полягає в тому, щоб завершити розробку пропозиції, закласти міцний фундамент і налаштувати організацію на швидке масштабування. Як тільки запуск бізнесу почне залучати споживачів, потрібні додаткові ресурси, необхідно розвивати нові можливості, а масштаб і складність проблем, що стоять перед командою засновників, різко зростають [2].

На стадії *масштабування* підприємець повинен додати значні ресурси та використовувати процеси та партнерства для розвитку бізнесу в рамках валідованої бізнес-концепції та прийнятної бізнес-моделі. Метою стає швидке зростання з метою досягнення конкурентоспроможного масштабу та встановлення стійкого лідерства на ринку. Масштабування вимагає зовсім іншого типу організації — зі структурою, процесом і дисципліною. У міру зростання фірми плінне і гнучке середовище стартап-організації стає громіздким. Неформальне спілкування та процеси прийняття рішень більше не є ефективними. Функціональні фахівці тепер беруть на себе ролі, які колись виконували спеціалісти широкого профілю, а процеси та політика замінюють ситуативне прийняття рішень [2]. Постійна прибутковість необхідна для забезпечення прибутковості для інвесторів і фінансування прагнення до лідерства на ринку. У певний момент успішний *вихід* (шляхом IPO, продажу бізнесу, злиття або поглинання) зазвичай необхідний для збору вартості, накопиченої підприємством на користь підприємця та інвесторів.

Перехідний період, коли стартап, що зароджується,

дозріває до дисциплінованого бізнесу, є, мабуть, найкритичнішим періодом у житті бізнесу, що розвивається. Протягом цього відносно короткого періоду (зазвичай 18-36 місяців) команда засновників повинна закласти основу для швидко зростаючого бізнесу, встановити довіру та легітимність, а також отримати початкові ресурси, необхідні для зростання. Досвід і компетентність, що вимагаються від управлінської команди, різко розширюються на цьому етапі [2]. Засновники повинні одночасно займатися стратегічним напрямком і позиціонуванням на ринку, формуванням управлінської команди, впровадженням дисципліни, структури та процесів управління, придбанням ресурсів, формуванням культури підтримки та проактивним управлінням ризиками. Збільшений масштаб і складність також вимагають, щоб команда засновників скоригувала свій стиль керівництва та управлінську поведінку [2, 9].

Багато нових підприємств не можуть домовитися про ці проблеми. Якою б геніальною чи переконливою не була оригінальна ідея, лише близько половини з них виживають більше 5 років [2, 4], і лише найперспективніші отримують професійні інвестиції на ранніх стадіях. Навіть за умови значного фінансування, понад 75% венчурних фондів підприємства зазнають краху або підтримують маргінальне існування [1-3]. Недосвідченість або некомпетентність керівництва, нездатність управляти власним бізнесом або нездатність засновників постійно відповідати новим вимогам у міру розвитку бізнесу часто визивають фактори, що сприяють банкрутству підприємства. Передчасне масштабування в спробі встановити лідерство на ринку до того, як закласти міцну основу для швидкого зростання, часто призводить до невдач, оскільки обсяги транзакцій переважують неадекватні системи та інфраструктури або випереджають можливості управлінської команди. Якщо буде закладено належну основу для масштабування, фірма зможе швидко зростати, використовуючи імпульс розширеного ринку так далеко і так швидко, як це можливо з конкурентної точки зору. Якщо ні, то попереду можуть бути різного роду неприємності для даного підприємства.

Отже, що повинні зробити засновники бізнесу, щоб забезпечити його комерційний успіх? Основні кроки на шляху переходу від стартапу, що зароджується, до організації, здатної до стійкого і прибуткового зростання, відомі, але не стосуються більшості підприємців на ранніх стадіях розвитку, які, як правило, займаються в першу чергу продуктом і раннім розвитком споживачів. До теперішнього часу увага до цього критичного періоду була обмежена, і мало що було запропоновано у вигляді корисних нормативних рекомендацій. Підприємці були залишені в основному наодинці з боротьбою, шляхом проб і помилок, намагаючись встановити структуру та фундамент для масштабованого бізнесу.

Мета наших пропозицій полягає в тому, щоб окреслити основні завдання та виклики перехідного періоду, а також надати вказівки, засновані на досвіді, щодо необхідних дій.

В табл.1 сформовано підсумкові завдання у вигляді

головних перешкод переходу від стартапа до масштабування бізнесу

Значні бізнес-переваги частіше всього накопичуються у підприємств, які лідирують на своїх ринках. У періоди бурхливого зростання і розширення попит зазвичай перевищує пропозицію, маржа вище, конкуренція менше, а лідер ринку отримує більш високі прибутки. Лідер ринку, якого вважають кращим вибором, встановлює ринкові ціни і часто усвідомлює економічність масштабу і масштабу в маркетингу, виробництві та дистрибуції [2].

Є багато причин, чому багато стартапів не досягають планованої ефективності. Часто можна простежити нездатність підприємства реалізувати свої ранні обіцянки до нездатності усунути одну або кілька перешкод (табл.) під час критичного періоду перехідного періоду.

Перша проблема: визначення напрямку та утримання фокусу діяльності. Засновники бізнесу, які починають розробляти продукти, будувати бізнес, наймати співробітників і купувати ресурси ще до того, як зрозуміють своїх споживачів і перевіряють їх ключові потреби, часто на ділі стикаються з цією проблемою. Основним завданням стартапу є визначення та перевірка бізнес-концепції в контексті ринкових реалій, що стосується як створення цінності для цільового споживача, так і захоплення цінності для підприємця та інвесторів. Підприємство та його

споживачі не існують ізольовано, а повинні визнавати та мати справу з труднощами галузевої екосистеми, що складається з усіх фірм та їхніх партнерів, а також постачальників, споживачів та конкурентів, які складають інфраструктуру динамічного конкурентного середовища, що постійно розвивається.

Друга проблема: позиціонування товарів/послуг на розширеному ринку. Хоча розуміння та задоволення потреб початкових споживачів має важливе значення для раннього виходу на ринок, багато підприємців не усвідомлюють динаміку цих відносин. Очікування та вимоги клієнтів на ранніх ринках сильно відрізняються від тих, що діють на основних ринках. У міру того, як стартап проникає на ринок, розширює свої географічні рамки і виходить за межі раннях послідовників на основні ринки, підприємство повинно знову і знову коригувати і перепозиціонувати свою пропозицію продуктів/послуг, щоб задовольнити потреби розширеного ринку.

Третя проблема: збереження орієнтації на споживача. На початку існування стартапу засновник часто є провідним розробником продукту, головним продавцем і представником служби підтримки споживачів. Коли щось йде не так в споживача, а це неминуче відбувається, цикл зворотного зв'язку від служби підтримки споживачів до розробки продукту відбувається майже миттєво, повідомлення приходить прозоро і чітко, а фірма реагує швидко і ефективно.

Таблиця – Формування головних проблем в перехідний період життєвого циклу змін на підприємстві (від стартапу до масштабування бізнесу)

Перешкоди	Економічна сутність
Визначення напрямку та утримання пріоритетів (фокусу бізнесу)	Підприємець повинен чітко розуміти свої цілі, реалістично оцінювати ситуацію, а також встановити та сформувати чіткий напрямок (цільовий клієнт, пропозиція, ціннісна пропозиція, бізнес-модель та ключові етапи), щоб організація була зосереджена на належних цілях.
Позиціонування товарів/послуг на розширеному ринку	Відносини з клієнтами та канали збуту повинні бути розвинені, а пропозиція продукту/послуги розширена, вдосконалена та перепозиціонована для задоволення потреб розширеного ринку.
Підтримка чутливості клієнтів/ринку	У перші дні, коли виникають питання та проблеми клієнтів, рішення приймаються швидко, а вирішення відбувається швидко. Зі зростанням функціональна спеціалізація та організаційні рівні уповільнюють процес, і для підтримки чуйності клієнтів необхідно розробляти та впроваджувати нові внутрішні процеси.
Побудова організаційної та управлінської команди	Розвиток управлінської команди має вирішальне значення. Необхідні навички та організаційні вимоги значно змінюються в міру зростання фірми, що вимагає ретельного планування та гнучкості для забезпечення відповідності стратегії та бізнес-вимогам.
Розвиток ефективних процесів та інфраструктур	Ефективні процеси прийняття рішень та ефективні операційні та управлінські процеси та інфраструктури мають важливе значення для підтримки зростання. У міру того, як фірма набирає обертів на ринку, будуть потрібні нові системи та інфраструктури для надання цінності клієнтам, адаптації до мінливого середовища та підтримки зростаючого бізнесу.
Розбудова фінансової спроможності	Йдеться не лише про збір грошей. Інвестори також зацікавлені в ефективному використанні ресурсів, ефективному контролі, ефективному управлінні оборотним капіталом, надійних фінансових прогнозах, а також чітких та ефективних комунікаціях із зацікавленими сторонами.
Розвиток відповідної культури	Засновники мають можливість формувати та формувати культуру, яка відображає цінності, переконання та норми, що підтримують бізнес-мету та стратегію фірми. Якщо цього не зробити, це загрожує мимовільним розвитком дисфункціональної культури, яка призведе до банкрутства фірми.
Управління ризиками та вразливістю	Швидко зростаючі підприємства з усіма яйцями в одному кошику особливо вразливі до джерел ризику, включаючи швидке зростання, вузьку базу доходів, недосвідчених співробітників, відхід ключових співробітників, неадекватну інфраструктуру, інформаційні та управлінські системи, а також схильність до прийняття підприємницьких ризиків.

Джерело: сформовано авторами на основі [2, 5, 7]

Інформація про дефекти дизайну або інші проблеми хаотично переходить від представника служби маркетингу до менеджера, від одного менеджера до іншого, а в кінцевому підсумку до вищого керівництва і назад до команди розробників продукту, яка повинна вирішити проблему. Це вимагає часу, а неминучий процес фільтрації часто призводить до спотворення повідомлень і втрати відчуття терміновості. З точки зору споживача, фірма здається менш чуйною, ніж колись, і наростає розчарування.

Четверта проблема: побудова організації та управлінської команди. Побудова організації та команди – це завдання для підприємця найважливіше з усіх завдань, але це вимагає значно більшого, ніж просто наймати на роботу людей, які здаються кваліфікованими, і припускати, що вони можуть виконати роботу. Вимоги та тиск на організацію значно змінюються протягом життєвого циклу, вимагаючи ретельного планування та гнучкості до забезпечення, щоб кадровий склад і структура відповідали стратегії та потребам бізнесу. Нездатність зробити це часто призводить до того, що критично важливі навички не використовуються в потрібний час, ключові люди виходять за межі своїх можливостей, з'являються неефективні процеси прийняття рішень і відсутність відповідальності.

П'ята проблема: розвиток ефективних процесів та інфраструктури. На перших етапах свого існування підприємство є досить малим, щоб підприємець міг контролювати кожен аспект повсякденної діяльності та фірма може і без цього обійтися на основі спеціальних процесів і засобів контролю. У перехідний період, зростання та функціональна спеціалізація вимагають розвитку ефективних інфраструктур для розробки проектів та управління відносинами з клієнтами. Стартапи конкурують не лише за рахунок продуктів чи послуг, а й за їхню здатність ефективно їх надавати та підтримувати. Зв'язки з клієнтами, необхідні для залучення та побудови стійких відносин з клієнтами, вимагають гнучкості, оперативності та індивідуального підходу. Внутрішні операції - виробництво, доставка і післяпродажна підтримка пропозицій фірми - зазвичай вимагають структури і стандартизованих процесів для досягнення ефективності і низьких витрат. Ці суперечливі імперації вимагають розумного балансу.

Шоста проблема: розбудова фінансової спроможності. Для недосвідченого підприємця часто все зводиться до залучення капіталу. Передбачається, що як тільки цей початковий чек потрапить у банк, успіх буде близько. Нарощування фінансової спроможності на довгострокову перспективу включає в себе набагато більше, чим просто продаж ідеї інвесторам і переведення в готівку чека. Інвестори та кредитори зацікавлені в ефективному використанні коштів і очікують повернення кожного вкладеного долара чи гривні. Хоча вони визнають, що стартапи часто пов'язані з неперевіреними ринками та високим рівнем ризику, а також вимагають значних інвестицій, перш ніж з'явиться життєздатний продукт, більшість угод структуровані поетапно, щоб мінімізувати ризик та обмежити інвестиції до досягнення ключових етапів.

Сьома проблема: розвиток і виховання культури.

Усталені організації мають культуру, яка, добре це чи погано, підтримує або обмежує впровадження їхніх стратегій. Культура відіграє багато ролей у розвитку організації. Він визначає мету, веде до консенсусу та спільного бачення, а також забезпечує узгоджений імідж для ринків, клієнтів та постачальників. Культура також сприяє інтеграції, координації та контролю. Вона встановлює стандарти і визначає межі прийнятної поведінки як всередині фірми, так і у взаємодії з навколишнім середовищем. Засновники мають унікальну можливість формувати культуру, яка відображає набір цінностей, переконань і норм, які повністю підтримують і зміцнюють бізнес-мету і стратегію фірми. Якщо цього не зробити, це загрожує мимовільним розвитком дисфункціональної культури, яка призведе до банкрутства фірми.

Восьма проблема: управління ризиками та вразливістю. Ризики виникають з багатьох джерел, включаючи швидке зростання, недосвідчених працівників, неадекватну інфраструктуру та управління інформацією, а також схильність до прийняття підприємницького ризику. Вузька база доходів (залежність від одного товару або декількох споживачів) поміщає всі яйця в один кошик. Обмежені ресурси практично не дають можливості для помилок, недосвідчене керівництво може не звертати уваги на ранні попереджувальні знаки, а великі конкуренти з більшою стійкістю можуть зробити все можливе, щоб витіснити дрібних конкурентів з ринку. Це передбачувані та керовані ризики, які часто не беруться до уваги недосвідченими підприємцями. Проактивне управління вимагає визнання потенційних ризиків, виявлення слабких ланок та дій для усунення вразливостей до того, як вони стануть кризами.

Висновки. Розглянуті проблеми на шляху переходу стартапу до масштабування бізнесу є важливими кроками у зростанні та дозріванні бізнесу підприємства, оскільки воно перетворюється зі стартапу, що зароджується, до організації, що розвивається, яка має тривале та прибуткове зростання. Добре задокументовані темпи раннього занепаду стартапів часто можна простежити через нездатність подолати одну або кілька з восьми проблем переходу, оскільки недосвідчений підприємець передчасно масштабує, прагнучи швидкого зростання, перш ніж закласти міцну основу. Подолання проблем і перемога в ринковій конкуренції вимагає, щоб підприємець і команда засновників: встановлювали та підтримували чітке почуття напрямку; позиціонували та перепозиціонували пропозицію відповідно до потреб розширеного ринку; розробляли та впроваджували внутрішні процеси для забезпечення реагування клієнтів; створили здібну та віддану управлінську команду, яка відповідає стратегічному напрямку; впроваджували процеси прийняття рішень та інфраструктуру, що відповідають стадії розвитку; розбудовували фінансовий потенціал, орієнтований на ефективне використання наявних ресурсів; плекати культуру, яка відображає цінності, переконання та норми, що підтримують бізнес-мету; визнавали вразливі місця, властиві підприємству, що розвивається, і проактивно управляти ризиками.

Список літератури

1. Burnes, B. (2021). *Managing change: A strategic approach to organisational dynamics*. Pearson Education.
2. Picken, Joseph. (2017). *From startup to scalable enterprise: Laying the foundation*. Business Horizons. 60. 10.1016/j.bushor.2017.05.002.
3. Burnes, B. (2020). The Origins of Lewin's Three-Step Model of Change. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 56 (1), 32-59. <https://doi.org/10.1177/0021886319892685>
4. Hashim, Muhammad. (2023). *Change Management*. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 3. 10.6007/IJARBS/v3-i7/92.
5. Have, S., Have, W., Huijsmans, A. B., & Otto, M. (2016). *Reconsidering change management: Applying evidence-based insights in change management practice*, vol. 16. London: Routledge.
6. Kao, R. H. 2017. The relationship between work characteristics and change-oriented organizational citizenship behavior: A multi-level study on transformational leadership and organizational climate in immigration workers. *Personnel Review*, 46: 1890–1914.
7. Marshak, R. J. 2022. Changing the language of change: How new contexts and concepts are challenging the ways we think and talk about organizational change. *Strategic Change*, 11: 279–286.
8. Rafferty, A. E., & Griffin, M. A. 2006. Perceptions of organizational change: A stress and coping perspective. *Journal of Applied Psychology*, 91: 1154–1162.
9. Sartori, Riccardo, Costantini, Arianna, Ceschi, Andrea & Tommasi, Francesco. (2018). *How Do You Manage Change in Organizations? Training, Development, Innovation, and Their Relationships*. *Frontiers in Psychology*. 9. 10.3389/fpsyg.2018.00313.
10. Valleala, U. M., Herranen, S., Collin, K., & Paloniemi, S. (2019). *Fostering learning opportunities through employee participation amid organizational change*. *Vocations and Learning*, 8: 1–34.
11. Kosenko A.V., Tkachev M.M., Kobieliiev V.M., Pererva P.G. (2018) *Innovative compliance of technology to combat corruption // Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds / S.M. Illiashenko, W.Strielkowski (eds.). 1st edition. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement. P.285-295.*
12. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) *Technology transfer*. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
13. Pererva P.G., Kocziszky G., Veres Somosi M. (2019) *Compliance program: [tutorial]*. Kharkov; Miskolc : NTU "KhPI". 689 p.
14. Tkachova, N.P., Pererva P.G., Kobieliieva, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч.2. С. 144-149.
15. Maslak, O. I., Maslak, M. V., Grishko, N. Y., Hlazunova, O. O., Pererva, P. G., & Yakovenko, Y. Y. (2021, September). *Artificial intelligence as a key driver of business operations transformation in the conditions of the digital economy*. In 2021 IEEE International Conference on Modern Electrical and Energy Systems (MEES) (pp. 1–5). IEEE

References (transliterated)

1. Burnes, B. (2021). *Managing change: A strategic approach to organisational dynamics*. Pearson Education.
2. Picken, Joseph. (2017). *From startup to scalable enterprise: Laying the foundation*. Business Horizons. 60. 10.1016/j.bushor.2017.05.002.
3. Burnes, B. (2020). The Origins of Lewin's Three-Step Model of Change. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 56 (1), 32-59. <https://doi.org/10.1177/0021886319892685>
4. Hashim, Muhammad. (2023). *Change Management*. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 3. 10.6007/IJARBS/v3-i7/92.
5. Have, S., Have, W., Huijsmans, A. B., & Otto, M. (2016). *Reconsidering change management: Applying evidence-based insights in change management practice*, vol. 16. London: Routledge.
6. Kao, R. H. 2017. The relationship between work characteristics and change-oriented organizational citizenship behavior: A multi-level study on transformational leadership and organizational climate in immigration workers. *Personnel Review*, 46: 1890–1914.
7. Marshak, R. J. 2022. Changing the language of change: How new contexts and concepts are challenging the ways we think and talk about organizational change. *Strategic Change*, 11: 279–286.
8. Rafferty, A. E., & Griffin, M. A. 2006. Perceptions of organizational change: A stress and coping perspective. *Journal of Applied Psychology*, 91: 1154–1162.
9. Sartori, Riccardo, Costantini, Arianna, Ceschi, Andrea & Tommasi, Francesco. (2018). *How Do You Manage Change in Organizations? Training, Development, Innovation, and Their Relationships*. *Frontiers in Psychology*. 9. 10.3389/fpsyg.2018.00313.
10. Valleala, U. M., Herranen, S., Collin, K., & Paloniemi, S. (2019). *Fostering learning opportunities through employee participation amid organizational change*. *Vocations and Learning*, 8: 1–34.
11. Kosenko A.V., Tkachev M.M., Kobieliiev V.M., Pererva P.G. (2018) *Innovative compliance of technology to combat corruption // Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds / S.M. Illiashenko, W.Strielkowski (eds.). 1st edition. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement. P.285-295.*
12. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) *Technology transfer*. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
13. Pererva P.G., Kocziszky G., Veres Somosi M. (2019) *Compliance program: [tutorial]*. Kharkov; Miskolc : NTU "KhPI". 689 p.
14. Tkachova, N.P., Pererva P.G., Kobieliieva, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч.2. С. 144-149.
15. Maslak, O. I., Maslak, M. V., Grishko, N. Y., Hlazunova, O. O., Pererva, P. G., & Yakovenko, Y. Y. (2021, September). *Artificial intelligence as a key driver of business operations transformation in the conditions of the digital economy*. In 2021 IEEE International Conference on Modern Electrical and Energy Systems (MEES) (pp. 1–5). IEEE

Надійшла (received) 12.07.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Перерва Петро Григорович (Pererva Petro) – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», завідувач кафедри економіки бізнесу та міжнародних економічних відносин, м.Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6256-9329>; тел.: (067) 940-16-81; e-mail: pgpererva@gmail.com

Кобелева Тетяна Олександрівна (Kobieliieva Tetiana) – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6618-0380>; тел.. (097) 468-56-45, e-mail: tanja.kobeleva@gmail.com

Долина Ірина Володимирівна (Dolyna Iryna) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університету «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3507-5497>; e-mail: Iryna.Dolyna@khpi.edu.ua

*Я.В. ЛІСУН***ДІАГНОСТИКА ЦИФРОВОЇ ПОВЕДІНКИ АУДИТОРІЇ ВЕБ САЙТІВ ЗВО ЄВРОПИ З ВИКОРИСТАННЯМ ТЕОРІЇ ПОКОЛІНЬ**

У статті проаналізовано цільову аудиторію веб сайтів провідних ЗВО України, Польщі, Німеччини із застосуванням інструментарію цифрового маркетингу Similsrweb. З використанням концепції маркетингу поколінь виділено сегменти відвідувачів веб сайтів ЗВО: покоління «Z», «Y», «X», «Бебі бумери», «Традиційні». Встановлено, що найбільшу частку серед відвідувачів веб сайтів ЗВО становлять покоління «Z» та покоління «Y»: Україна – 18%; Польща – 20%; Німеччина – 15% кожне покоління відповідно. Жіноча частка відвідувачів веб сайтів переважає у класичних ЗВО, в той час, як у технічних ЗВО більше чоловічої аудиторії. Середня тривалість візиту на веб сайті серед покоління «Z» (відвідувачі віком 18-24 роки) становить 7-8 хв. Більше часу на сайті проводять жінки. Всередньому приблизно 30-35% відвідувачів залишають веб сайт, продивившись лише одну сторінку. Чим старше вік відвідувачів веб сайту ЗВО, тим більш різкими темпами скорочується відвідуваність. В Україні скорочення відвідувачів старшої вікової групи відбувається повільніше, ніж у Польщі та Німеччині. Люди середнього та старшого віку в Україні більше цікавляться контентом, розмішеним на веб сайтах ЗВО. Відвідувачі веб сайтів ЗВО, старше 65 років, особливо жіноча аудиторія значний час проводять на веб сайті вишів України, Польщі та Німеччини – в середньому 9-10 хв., що є навіть більше, ніж для вікових категорій 18-24 роки та 25-34 роки.

Ключові слова: сайт ЗВО, цифрова поведінка цільової аудиторії, маркетинг поколінь, покоління A, Z, Y, X, цифровий маркетинг, контент-стратегія ЗВО

*Y.LISUN***DIAGNOSTICS OF THE DIGITAL BEHAVIOR OF THE AUDIENCE OF WEBSITES OF THE HEI OF EUROPE USING THE THEORY OF GENERATION**

The article summarizes the values, content, and expediency of using digital marketing communications, depending on the generation of visitors to the HEI website. The age profile of the population of Ukraine and European countries in 2022–2023 was studied as a sign of the segmentation of the market of educational services according to the concept of generations. It was established that the average age of the population in 2023 in Ukraine is 43,9 years; in Poland – 42,5 years; in Germany it is slightly more – 44,9 years. In Ukraine, during 2022-2023, there is a decrease in generation Z – the age group of the population 18-24 years and a decrease in generation Z, Y (age group 25–34 years), which is caused mainly by the war against Ukraine. It is the specified age categories that make up the strategically important target audience of higher education institutions. At the same time, the experience of the European education system shows that the leading HEIs in Europe, among other things, work in a targeted manner with an audience of 0-4 years; 5-12 years; 13-17 years, providing opportunities to start in international schools and colleges belonging to one or another higher education institution. That is, higher education institutions in Europe purposefully educate their target audience, providing a full cycle of educational services, starting from the age of 0-4 years. The article analyzes the target audience of the websites of the leading higher education institutions of Ukraine, Poland, and Germany using Similsrweb digital marketing tools. Using the concept of generational marketing, the segments of visitors to HEI websites were selected: generations «Z», «Y», «X», «Baby Boomers», «Traditional». It has been established that the largest share among visitors to the websites of HEI are generation «Z» and generation «Y» Ukraine – 18%; Poland – 20%; Germany – 15% each generation respectively. The female share of website visitors predominates in classic higher education institutions, while technical higher education institutions have more male audiences. The average duration of a visit to a website among Generation Z (visitors aged 18–24) is 7–8 minutes. Women spend more time on the site. On average, about 30-35% of visitors leave a website after viewing only one page. The older the visitors to the HEI website are, the sharper the rate of attendance declines. In Ukraine, the decline in visitors of the older age group is slower than in Poland and Germany. Middle-aged and older people in Ukraine are more interested in the content posted on the websites of higher education institutions. Visitors to the websites of higher education institutions over 65 years of age, especially the female audience, spend a significant amount of time on the website of universities of Ukraine, Poland and Germany – an average of 9–10 minutes, which is even more than for the age categories 18–24 and 25–34 years. With the help of Similsrweb digital marketing toolkit, the subject of the content of the websites of the relevant higher education institutions of Ukraine, Poland, and Germany, which is most viewed by visitors, was analyzed. The most popular content topics on the websites of higher education institutions of Ukraine, Poland, and Germany are: programming, computer technologies, education, social sciences (mainly audience of Ukraine and Poland), news and media, video games (mainly audience of Poland).

Keywords: HEIs website, digital behavior of the target audience, marketing of generations, generations A, Z, Y, X, digital marketing, content strategy of HEI.

Вступ. Освіта є тим соціально-економічним явищем, сутність якого складає людський, технічний та комунікаційний потенціал. Базисом освітнього процесу є людина, її здібності; здатність до спілкування та взаємодії; технології організації та безпосередньо здійснення навчання. Можна сказати, що освіта розвивається із розвитком суспільства та одночасно сама визначає та сприяє здобуткам соціуму, а тому відображає усі процеси, які у ньому відбуваються. Наукові дослідження свідчать, що з проміжками 15-25 років проходить «кордон покоління», що суттєво вирізняє групи людей у принципах, поглядах, свідомості, поведінці та

колективних цінностях. Йдеться про теорію поколінь В. Штрауса і Н. Хоу [1], яка тісно пов'язана з економічним, науково-технічним прогресом та соціально-політичними потрясіннями у певному регіоні чи країні [2].

В сучасних умовах системи освіти розвинених країн світу функціонують в цифровому середовищі, активно використовуючи гібридні комунікації для навчання та здійснення бізнес-процесів, застосовуючи штучний інтелект та концепцію цифрового університету. Заклади освіти, особливо у сегменті вищої освіти, активно формують та розвивають власний освітній бренд за допомогою веб сайтів,

соціальних мереж, блогерства як сучасних інструментів цифрового маркетингу. Тому актуальності набуває вивчення цільової аудиторії закладів вищої освіти (ЗВО) у цифровому середовищі, а саме діагностика цифрової поведінки аудиторії веб сайтів провідних ЗВО Європи з урахуванням положень теорії поколінь та інструментів цифрового маркетингу.

Аналіз основних досягнень і літератури. Цифрова культура, цифрова грамотність, цифрова компетентність є сучасними соціальними та освітніми феноменами, що досліджуються такими науковцями, як: Гаврілова Л.Г., Топольник Я.В. [3], Латишев К.О., Герасимчук В.В. [4], Гуревич Р., Коношевський Л., Опущко Н. [5] Вчені Галицький О.В., Кучеренко І.І., Микитенко П.В. [6], Франчук В.М. [7] досліджують питання цифровізації освіти, основні завдання веб-сайту закладу вищої освіти та його місце у формуванні єдиного інформаційно-освітнього середовища ЗВО. Єрмоленко А.Б. [8], Лютак О.З. [9], Коваль Н.В., Биба В.А. [10], Сайко В.Р., Лучко Г.Й. [11], Щетініна Л.В., Рудакова С. Г., Даниляк М.І. [12], досліджують сильні та слабкі сторони покоління Z, мотиваційні фактори та очікування щодо цього покоління в аспекті управління персоналом. Цифрова ідентифікація людини, питання маркетингу поколінь досліджені такими вченими, як: Краус К.М., Краус Н.М., Іщенко І.С. [13], Близнюк Т.П. [14], які з використанням методики ціннісних орієнтацій М. Рокіча, визначили перелік найбільш важливих базових цінностей українських поколінь X та Y. Єрмоленко А.Б. [8] досліджує розвиток національного освітнього простору в контексті надбань теорії поколінь. Студинська О.В. [15], Подік І.І. [16] досліджують особливості сучасного покоління учнів і студентів в умовах розвитку цифрового суспільства та теорії поколінь. Цифровий маркетинг та концепція поколінь досліджені у роботах іноземних вчених Діого М. [17], Лістер М. [18].

Існує значна кількість досліджень у сфері цифровізації, наукових праць, присвячених теорії поколінь в бізнесі, управлінні персоналом, культурі та освіті. Разом з тим подальшого вивчення потребують питання цифрової поведінки цільової аудиторії ЗВО з урахуванням теорії поколінь, що слугуватиме основою для удосконалення контент-стратегії закладу освіти з урахуванням інтересів та мотивів усіх зацікавлених сторін.

Мета роботи. Мета статті полягає у проведенні порівняльного аналізу цифрової поведінки відвідувачів веб сайтів провідних ЗВО Європи з урахуванням їх сегментації, відповідно до теорії поколінь. Доцільним є проведення порівняльного аналізу ключових індикаторів перебування цільової аудиторії на веб сайті ЗВО, якими є: охоплення веб сайту; тривалість візиту на веб сайті певного покоління (покоління «X», «Y», «Z», «Бєбібумери», «Традиційні»); кількість переглянутих

сторінок; частка аудиторії, що покидає сайт, переглянувши лише одну сторінку. Розрахунок зазначених показників в даному дослідженні автором пропонується здійснити для провідних ЗВО України, Польщі та Німеччини з використанням програмного інструменту цифрового маркетингу Similarweb [19].

Викладення основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах цифрового суспільства веб сайт ЗВО та інституційні акаунти у соціальних мережах офіційно представляють заклад освіти та знайомлять цільову аудиторію з усіма сферами його діяльності. Веб сайт ЗВО представляє інтерес як для абітурієнтів, так і інших зацікавлених сторін, в тому числі і конкурентів. Основними функціями веб сайту ЗВО є: інформативна – забезпечення відкритого доступу до даних та створення умов для інформаційного обміну; інтеграційна – забезпечення реалізації внутрішньо системних зв'язків; комунікаційна – забезпечення зв'язків із зовнішніми інформаційним простором; координуюча – фіксація і представлення у взаємозв'язку контенту, який адресований різним суб'єктам; розвиваюча – розвиток інтелекту та особистих творчих якостей; культуротворча – формування культури, зокрема, інформаційної культури; професійно-орієнтуєча – орієнтації на професійну діяльність користувача веб-сайту [6, С. 89].

Автори даної статті погоджуються з думкою Галицького О.В., Кучерського І.І., Липенко П.В. [6], що формуючи університетські веб-ресурси загального доступу, варто розділяти та зважати на категорії користувачів: – майбутні/потенційні здобувачі вищої освіти ЗВО (додипломний та післядипломний рівень); – батьки майбутніх здобувачів вищої освіти ЗВО; – здобувачі вищої освіти ЗВО (додипломний та післядипломний рівень); – випускники ЗВО: – внутрішні користувачі (з числа науково-педагогічних працівників та представників структурних підрозділів); – конкуренти та спостерігачі (роботодавці, іноземні партнери, журналісти) [6, С. 89.-90].

Цикли поколінь описано у теорії, сформованій американськими вченими В. Штраусом і Н. Хоу (W. Straus, N. Nova) у 1991 р. [1]. Проте чітке визначення часових діапазонів поколінь є дещо ускладненим, що обумовлено значним впливом на соціум рівня розвитку тієї чи іншої країни та цифрових технологій. Це набуває особливої актуальності при ідентифікації покоління Z та покоління Альфа (A), які ототожнюють себе з цифровим світом. Так, для України та інших пострадянських країн характерне деяке відтермінування «кордону поколінь» для генерації Z та генерації A, порівняно наприклад з високотехнологічними країнами, такими як Японія, США, Південна Корея. Також на молоде покоління Z та A негативно впливає війна в Україні, обумовлюючи деякі обмеження у використанні цифрових технологій та інших видів ресурсів, та провокуючи високий рівень стресу. Однак, загалом більшість країн дотримуються

американської методології В. Штрауса і Н. Хоу щодо «кордону поколінь» (табл. 1).

Оскільки метою дослідження є вивчення цільової аудиторії веб сайтів провідних ЗВО України, Польщі та Німеччини при споживанні цифрового контенту, тому в табл. 1 представлено демографічні тенденції, а саме динаміку зміни вікового профілю населення у цих країнах у 2022 -2023 рр. Вцілому, приходимо до висновку, що у 2023 р. загальна чисельність населення в Україні становить 36,07 млн. осіб; в Польщі – 41,48 млн. осіб; в Німеччині майже у двічі більше – 83,31 млн. осіб. Середній вік населення в Україні складає 43,9 роки; в Польщі – 42,5 роки; в Німеччині трохи

більше – 44,9 роки [20]. В Україні протягом 2022 – 2023 рр. спостерігається скорочення покоління Z – вікова група населення 18-24 роки скоротилася з 6,5% у 2022 р. до 4,3% у 2023 р. Також скоротилося покоління Z, Y (вікова група 25-34 роки) з 13,3% у 2022 р. до 10,8% у 2023 р., що обумовлено переважно війною проти України (табл. 2).

В табл. 3 представлено стислу характеристику провідних ЗВО України, Польщі, Німеччини класичного, технічного та дослідницького спрямування, які проаналізовано за характеристиками поведінки відвідувачів веб сайту.

Таблиця 1 - Характеристики цільової аудиторії ЗВО за ознаками теорії поколінь

Цінності	Характеристика контенту	Використання цифрового маркетингу
Покоління «Традиційні» (1922 – 1945 рр.). Слоган: «Робота – це життя!»		
Стійкість, лояльність, повага	Зрозумілий зміст	Другорядна роль цифрового та онлайн-маркетингу, перевага більш традиційних каналів зв'язку
Покоління «Бєбі-бумери» (1946 – 1964 рр.). Слоган: «Жити, щоб працювати!»		
Здоров'я, ідеалізм, творчість	Комфорт у повсякденному житті	Традиційні маркетингові канали, але також активні в соціальних мережах
Покоління X (1965 – 1979 рр.) Слоган: «Працюйте, щоб дозволити собі комфортне життя!»		
Індивідуалізм, пошук сенсу, незалежність	Адаптація до особистої реалізації, впізнаваність бренду, символи статусу	Переважає цінність особистого контакту, порівняно з автоматизованими процесами, лояльність до брендів
Покоління Y / «Міленіали» (1980 – 1994 рр.). Слоган: «Живи своїм життям; робота другорядна!»		
Самореалізація, спілкування, командна робота, оптимізм	Вказівка на місце, призначення переваги продуктів і послуг	Вибагливі до маркетингових комунікацій, рекламних мотивів
Покоління Z (1995 – 2009 рр.). Слоган: «Робота та життя суворо розділені!»		
Самореалізація, прагнення до свободи для особистого розвитку	Стислість та адаптація, естетика, легкість споживання, музика та емоції	Маркетингові комунікації краще будувати на цінностях охорони природи та клімату, стійкості, індивідуальності особистості
Покоління Альфа (А) (2010 р. та до теперішнього часу) Слоган покоління лише формується		
Життєві позиції та цінності в процесі становлення	Аутентичність, енергійність, амбіційність, інтерактивність, гейміфікація	Нативна діджиталізація, стримінгові платформи, підкасти, усвідомленість соціальних проблем, обумовлена безмежним доступом до інформації

Джерело: складено авторами на основі [18, 19]

Таблиця 2 - Віковий профіль населення України та країн Європи у 2022-2023 рр. як ознака сегментації ринку освітніх послуг за концепцією поколінь

Вікова група	Назва генерації	Україна			Польща			Німеччина		
		2022	2023	2023-2022	2022	2023	2023-2022	2022	2023	2023-2022
0-4 роки	Покоління А	4,5	3,7	-0,8	5,0	4,9	-0,1	4,9	4,7	-0,2
5-12 роки		9,0	9,3	+0,3	8,1	8,0	-0,1	7,4	7,5	+0,1
13-17 роки	Покоління А, Z	5,4	5,4	0	5,1	5,3	+0,2	4,6	4,5	-0,1
18-24 роки	Покоління Z	6,5	4,3	-2,2	6,6	7,8	+1,2	7,3	7,2	0
25-34 роки	Покоління Z, Y	13,3	10,8	-2,5	13,1	13,9	+0,8	11,9	12,4	+0,5
35-44 роки	Покоління Y	16,4	16,8	+0,4	16,3	16,3	0	12,8	12,8	0
45-55 роки	Покоління X	13,8	15,1	+1,3	13,3	13,4	+0,1	13,2	12,8	-0,4
55-64 роки	Бєбі-бумери	13,5	15,1	+1,6	12,5	11,9	-0,6	15,6	15,6	0
65+ роки	Традиційні	17,5	19,5	+2,0	20,0	18,5	-1,5	22,3	22,6	+0,3
Загальна чисельність населення, млн.		43,33	36,07	-7,26	37,77	41,48	-3,71	83,89	83,31	-0,58
Середній вік населення		41,8	43,9	-2,1	42,5	40,2	-2,3	45,9	44,9	-1,0

Джерело: складено авторами на основі [19]

Таблиця 3 - Стисла характеристика провідних ЗВО України, Польщі, Німеччини

Назва ЗВО	Рік заснування	Тип ЗВО	Гасло / Місія / Цінності ЗВО	Кількість студентів, осіб
Україна				
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ	1834	класичний	«Utilitas, Honor et Gloria» / «Користь, честь і слава»	32000
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків	1804	класичний	«Cognoscere docere erudire» / «Пізнавати, навчати, просвітляти»	15000
Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського, м. Київ	1898	технічний, дослідницький	«Бути першими»	21000
Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів	1816	технічний, дослідницький	«Litteris et Artibus» / «Наука і Мистецтво»	33500
Польща				
Варшавський університет, м. Варшава	1816	класичний	«Dwa stulecia. Dobry początek» / «Два століття. Гарний початок»	36000
Варшавська політехніка, м. Варшава	1915	технічний	Досконалість, відкритість, відповідальність, різноманітність, сміливість, дух співпраці	31000
Гірничо-металургійна академія ім. Станіслава Епшица, м. Краків	1919	технічний	«Labore creata, labori et scientiae servio» / «Працею створений, праці й науці служу»	33000
Гданський технологічний університет, м. Гданськ	1904	технічний	«Технічний університет з уявою та майбутнім»	27000
Німеччина				
Гейдельберзький університет ім. Рупрехта та Карла, м. Гейдельберг	1386	класичний дослідницький	«Semper Apertus Immer offen» / «Книга знань завжди відкрита»	30000
Університет Людвіга-Максиміліана, м. Мюнхен	1472	класичний дослідницький	Науковий обмін, синергія, управління та організація	36000
Мюнхенський технічний університет, м. Мюнхен	1868	технічний дослідницький	«Die unternehmerische Universität» / «Університет підприємництва»	44000
Технологічний університет, м. Карлсруе	1825	технічний, дослідницький	Культура інновацій, успішне навчання, відмінне викладання, безпека і якість	23000

Джерело: складено авторами на основі [21-33]

Потенційну цільову аудиторію ЗВО складає населення віком 18-24 роки та 25-34 роки. Разом з тим, досвід європейської системи освіти свідчить про те, що провідні ЗВО Європи, крім іншого, таргетовано працюють з аудиторією 0-4 роки; 5-12 років; 13-17 років. Навчання такої юної аудиторії відбувається у міжнародних школах та коледжах, які афілійовані з тим чи іншим ЗВО. Тобто ЗВО Європи цілеспрямовано виховують свою цільову аудиторію, забезпечуючи повний цикл освітніх послуг, починаючи з віку 0-4 роки.

Об'єктом дослідження обрано найвідоміші ЗВО з історією та традиціями, більше, ніж сто років. Зокрема, найстаріші виші: Гейдельберзький університет ім. Рупрехта та Карла, м. Гейдельберг (засновано у 1386 р.); Університет Людвіга-Максиміліана, м. Мюнхен (засновано у 1472 р.);

Варшавський університет, м. Варшава (засновано у 1816 р.); Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків (засновано у 1804 р.).

Використовуючи веб сайт для вибору ЗВО, здобувачі вищої освіти, як стратегічна категорія цільової аудиторії найчастіше аналізують наступний контент: відомості про викладачів ЗВО та їх міжнародне визнання; рівень та методи викладання дисциплін; міжнародне співробітництво; можливість отримання подвійного диплому; співпраця ЗВО з міжнародними студентськими організаціями; перспективи працевлаштування; інфраструктура ЗВО та кампуси [6, С. 91].

Основним цільовим сегментом ЗВО є абітурієнти і студенти віком 18-24 років, які представляють покоління Z, відповідно до теорії поколінь (табл. 4, 5).

Таблиця 4 - Характеристика цільової аудиторії покоління Z веб-сайтів ЗВО України, Польщі, Німеччини (березень-травень 2024 р.)

Назва ЗВО	Назва показника							
	Частка аудиторії, %	Тривалість візиту, хв	Кількість сторінок за візит	Bounce Rate, %	Частка аудиторії, %	Тривалість візиту, хв	Кількість сторінок за візит	Bounce Rate, %
	Україна							
	Жінки 18-24 років				Чоловіки 18-24 років			
КНУ імені Тараса Шевченка	18,2	03:32	3,36	57,13	9,9	02:57	2,94	63,19
КПІ імені Ігоря Сікорського	17,7	07:20	8,07	36,79	14,0	05:05	6,04	43,03
ХНУ імені В.Н. Каразіна	21,1	07:07	8,95	31,40	10,3	07:10	6,22	34,48
НУ «Львівська політехніка»	16,4	06:22	8,2	33,52	17,3	05:15	6,5	39,28
	Польща							
	Жінки 18-24 років				Чоловіки 18-24 років			
Варшавський університет	26,3	03:20	2,58	44,57	9,2	02:28	2,41	51,10
Варшавська політехніка	19,4	06:51	7,4	25,75	18,5	06:56	7,94	24,82
Гірничо-металургійна академія ім. Станіслава Епшица	17,3	07:35	7,36	26,46	19,3	06:47	6,97	25,44
Гданський технологічний університет	18,3	10:04	8,85	20,07	20,4	08:45	8,27	19,52
	Німеччина							
	Жінки 18-24 років				Чоловіки 18-24 років			
Мюнхенський технічний університет	13,6	10:01	10,53	23,45	16,5	09:49	10,21	26,55
Гейдельберзький університет ім. Рупрехта та Карла	15,4	07:39	7,84	30,21	12,6	06:40	6,93	33,62
Університет Людвіга-Максиміліана	16,9	06:15	6,68	26,35	13,5	05:49	6,18	29,55
Технологічний університет Карлсруе	13,0	08:03	9,14	29,50	20,7	08:49	10,43	25,78

Джерело: розраховано автором з використанням Similarweb [19, 22-33]

Порівняльний аналіз відвідуваності веб сайтів ЗВО поколінням Z, виявив наступні тенденції:

– жіноча частка відвідувачів веб сайту, порівняно з чоловічою, переважає у класичних ЗВО України, Польщі, Німеччини: КНУ імені Тараса Шевченка – 18,2%; ХНУ імені В.Н. Каразіна – 21,1%; Варшавський університет – 26,3%; Гейдельберзький університет ім. Рупрехта та Карла – 15,4%; Університет Людвіга-Максиміліана – 16,9%;

– чоловіча частка відвідувачів веб сайту, порівняно з жіночою, переважає у технічних ЗВО України, Польщі, Німеччини: НУ «Львівська політехніка» – 17,3%; Гірничо-металургійна академія ім. Станіслава Епшица – 19,3%; Гданський технологічний університет – 20,4%; Мюнхенський технічний університет – 16,5%; Технологічний університет Карлсруе – 20,7%. Виключенням стали технічні виші КПІ імені Ігоря Сікорського та Варшавська політехніка, в яких дещо переважає жіноча аудиторія. (табл. 3).

– всередньому тривалість візиту є більшою у жіночої аудиторії практично по усім ЗВО, представленим у дослідженні. Мінімальна тривалість візиту жіночої аудиторії покоління Z становить

близько 3 хвилин (КНУ імені Тараса Шевченка, Варшавський університет). Максимальна тривалість візиту жіночої аудиторії покоління Z становить близько 10 хвилин (Гданський технологічний університет, Мюнхенський технічний університет). Мінімальна тривалість візиту чоловічої аудиторії покоління Z становить трохи більше 2 хвилин (КНУ імені Тараса Шевченка, Варшавський університет). Максимальна тривалість візиту чоловічої аудиторії покоління Z становить близько 9 хвилин (Гданський технологічний університет, Технологічний університет Карлсруе).

– кількість відвіданих сторінок за один візит визначається тривалістю візиту кожного окремого відвідувача та його персональною швидкістю сприйняття інформації. Але, в середньому, чим триваліший візит, тим більше сторінок переглядає кожний відвідувач веб сайту. Кількість відвіданих сторінок на веб сайті ЗВО України, Польщі та Німеччини серед покоління Z всередньому становить 7-8 сторінок.

– всередньому, прийнятним (таким, що є у більшості досліджених ЗВО) значенням показника «Bounce Rate» є рівень 20-30% для жіночої аудиторії

та 25-35% для чоловічої аудиторії покоління Z. Досить високі значення показника «Bounce Rate» зафіксовані для чоловічої аудиторії покоління Z у КНУ імені Тараса Шевченка (63,19%); Варшавський університет (51,10%); КПІ імені Ігоря Сікорського (43,03%); НУ «Львівська політехніка» (39,28%).

Показник «Bounce Rate» характеризує частку відвідувачів, що переглянули лише одну сторінку. Високі значення цього показника вказує на недостатню релевантність контенту для цільової аудиторії і свідчить про необхідність удосконалення контент-стратегії ЗВО.

Таблиця 5 - Характеристика цільової аудиторії покоління Z, Y веб-сайтів ЗВО України, Польщі, Німеччини (березень-травень 2024 р.)

Назва ЗВО	Назва показника							
	Частка аудиторії, %	Тривалість візиту, хв	Кількість сторінок за візит	Bounce Rate, %	Частка аудиторії, %	Тривалість візиту, хв	Кількість сторінок за візит	Bounce Rate, %
	Україна							
	Жінки 25-34 років				Чоловіки 25-34 років			
КНУ імені Тараса Шевченка	18,7	03:56	3,92	53,96	8,6	03:42	3,85	57,47
КПІ імені Ігоря Сікорського	17,5	06:58	7,88	38,16	10,8	04:55	6,31	45,27
ХНУ імені В.Н. Каразіна	17,5	07:17	8,22	34,59	8,5	07:19	5,99	36,64
НУ «Львівська політехніка»	16,3	07:38	11,17	30,98	12,2	05:51	8,04	33,32
	Польща							
	Жінки 25-34 років				Чоловіки 25-34 років			
Варшавський університет	27,0	02:23	2,46	45,94	9,5	01:45	2,16	59,57
Варшавська політехніка	17,0	07:00	7,27	24,94	15,1	06:50	7,72	24,23
Гірничо-металургійна академія ім. Станіслава Епшица	14,3	07:44	7,43	25,28	15,4	07:02	7,13	24,31
Гданський технологічний університет	15,3	09:37	8,54	21,84	14,6	08:30	8,14	21,96
	Німеччина							
	Жінки 25-34 років				Чоловіки 25-34 років			
Мюнхенський технічний університет	15,9	09:35	10,1	23,96	17,4	09:51	10,07	26,30
Гейдельберзький університет ім. Рупрехта та Карла	15,7	07:11	7,2	29,98	10,7	06:49	6,62	33,39
Університет Людвіга-Максиміліана	16,2	06:07	6,34	27,61	11,9	05:59	5,89	30,71
Технологічний університет Карлсруе	12,1	07:58	8,26	30,56	15,9	08:00	8,87	30,55

Джерело: розраховано автором з використанням Similarweb [19, 22-33]

Важливим цільовим сегментом ЗВО є абітурієнти і студенти віком 25-34 років, які представляють покоління Z та покоління Y (табл. 5). За результати розрахунків у табл. 5 визначено наступні тенденції:

– жіноча частка відвідувачів веб сайту, віком 25-34 роки, порівняно з чоловічою, переважає як у класичних, так і технічних ЗВО України, Польщі, Німеччини.

– жіноча аудиторія за часткою сегменту у більшості ЗВО є подібною до вікової групи 18-24 роки. Наприклад, для веб сайту КНУ імені Тараса Шевченка сегмент відвідувачів жінок віком 18-24 роки становить 18,2%, а сегмент відвідувачів віком 25-34 роки – 18,7%; для КПІ імені Ігоря Сікорського сегмент 17,7% та 17,5% відповідно; НУ «Львівська політехніка» 16,4% та 16,3% відповідно; Варшавський університет 26,3% та 27% відповідно; Гейдельберзький університет ім. Рупрехта та Карла 15,4% та 15,7% відповідно; Університет Людвіга-Максиміліана 16,9% та 16,2% відповідно;

Технологічний університет Карлсруе 13,0% та 12,1% відповідно.

– чоловіча аудиторія віком 25-34 роки за часткою сегменту у більшості ЗВО є меншою, порівняно з віковою групою 18-24 роки; тривалість візиту серед чоловічої аудиторії віком 25-34 роки у більшості ЗВО є подібною до вікової групи 18-24 роки;

– кількість переглянутих сторінок за візит серед чоловічої аудиторії віком 25-34 роки у більшості ЗВО Польщі та Німеччини є подібною до аналогічного показника у віковій групі 18-24 роки; в Україні – подібною або вище до аналогічного показника у віковій групі 18-24 роки;

– показник «Bounce Rate» серед чоловічої аудиторії віком 25-34 роки за кожним дослідженим ЗВО є подібним за значенням до показника вікової групи 18-24 роки.

Відвідувачів веб сайту віком 35-44 роки можемо охарактеризувати як покоління Y, для якого характерні наступні тенденції:

– відбувається скорочення частки покоління Y серед відвідувачів веб сайту, що є зрозумілим, зважаючи на старший вік, порівняно із поколінням Z, представники якого планують вступити до ЗВО після закінчення школи. Серед досліджуваних ЗВО України скорочення охоплення відвідувачів віком 35-44 роки становить близько 30%, порівняно із охопленням відвідувачів віком 18-24 роки. Серед досліджуваних ЗВО Польщі та Німеччини таке скорочення охоплення відвідувачів є більш суттєвим і становить близько 50%. Це означає, що відчизняна цільова аудиторія віком 35-44 роки більше цікавиться сайтами ЗВО, ніж аналогічна аудиторія у Польщі та Німеччині.

– щодо тривалості візиту та кількості переглянутих сторінок за візит, то у відчизняних ЗВО зазначені показники для покоління Y є аналогічними або навіть трохи більшими, ніж для покоління Z.

Відвідувачів веб сайту віком 45-54 роки можемо охарактеризувати як покоління X, для якого характерні наступні ознаки поведінки на веб сайті ЗВО:

– відбувається скорочення частки покоління X серед відвідувачів веб сайту, що є зрозумілим, зважаючи на старший вік, порівняно із поколінням Z та Y.

– серед покоління Y показники тривалості візиту та кількості переглянутих сторінок за візит у відчизняних ЗВО є аналогічними або навіть трохи більшими, ніж для покоління Z.

– показник «Bounce Rate» серед досліджених відчизняних та іноземних ЗВО є досить високим (в середньому 30%, у деяких ЗВО – 60%).

За допомогою інструментарію цифрового маркетингу Similrweb [19] проаналізовано тематику контенту веб сайтів повідних ЗВО України, Польщі, Німеччини, що найбільше переглядається відвідувачами (табл. 6)

Найбільш популярною тематикою контенту на веб сайтах ЗВО України, Польщі, Німеччини є: програмування, компютерні технології, освіта, суспільні науки (переважно аудиторія України та Польщі), новини та медіа, відео ігри (переважно аудиторія Польщі). Всі ці тенденції потрібно враховувати при розробці та розміщенні контенту, при створенні цифрової реклами у сфері освіти. За результатами дослідження визначено найбільш популярні веб-сайти на які здійснюються переходи відвідувачів веб сайтів ЗВО України: blidsidnetworks.com (категорія «Освіта», частка трафіку – 14,51% відвідувачів веб сайту); matan.kpi.ua (категорія «Математика», частка трафіку – 10,83%); my.plag.com.ua (категорія «Суспільні науки», частка трафіку – 8,85%); geol.univ.kiev.ua (категорія «Природничі науки», частка трафіку – 5,11%); secureurl.ukr.net (категорія «Фінансове планування та менеджмент», частка трафіку – 4,85%). При переході на сайт за посиланням, розміщеним на інших

Таблиця 6 - Тематика контенту, що найбільше переглядається відвідувачами веб-сайтів ЗВО України, Польщі, Німеччини (травень 2024 р.)

Тематика контенту	Назва ЗВО / Частка трафіку на веб сайті, %										
	КНУ імені Тараса Шевченка,	КПІ імені Ігоря Сікорського»,	ХНУ імені В.Н. Каразіна	НУ «Львівська політехніка	Варшавський університет	Варшавський політехнічний інститут	Гірничо-металургійна академія	Гданський технологічний	Мюнхенський технічний університет	Гейдельберський університет	Технологічний університет Карлсруе
Програмування	7,42	7,16	6,97	10,31	–	10,04	–	9,99	8,44	6,86	8,59
Компютерні технології	–	6,69	7,42	9,77	–	8,0	–	8,41	8,58	7,84	8,51
Освіта	7,63	7,18	8,26	–	–	4,88	–	4,39	4,22	6,4	4,9
Суспільні науки	12,78	9,99	8,57	7,04	27,78	–	–	–	–	–	–
Університети та коледжі	–	–	–	–	–	–	–	–	5,76	7,39	521
Бібліотеки та музеї	7,68	–	10,41	–	–	–	–	–	–	–	–
Новини та медіа	7,67	7,78	–	8,04	–	5,23	–	5,19	4,2	–	–
Соціальні мережі	–	–	–	5,45	–	–	–	–	–	–	–
Поширення контенту	–	–	–	–	–	–	51,02	–	–	–	–
Пошукові системи	–	–	–	–	15,94	–	48,98	–	–	–	–
Відео ігри	–	–	–	–	–	5,72	–	6,25	–	–	–

Джерело: розраховано автором з використанням Similarweb [19, 22-33]

ресурсах, отримуємо реферальний трафік. Такі дані можна використати, наприклад, для розміщення цифрової реклами, яка б сприяла перенаправленню цільової аудиторії на веб-сайт ЗВО, як основне джерело контенту щодо діяльності закладу освіти.

За гендерною ознакою відвідувачів веб-сайтів відчизняних ЗВО переважають жінки – від 60% до 73%. Цю особливість потрібно враховувати при створенні контенту та дизайні оформлення веб-сайту, цифрової реклами. Це також стосується і соціальних мереж. Наприклад, жінки більше любляють споживати контент в Instagram та Pinterest. Тому ЗВО також потрібно вести свої акаунти у цих соціальних мережах.

Висновки. Цільова аудиторія є ключовим чинником функціонування закладів освіти та системи освіти в цілому і важливою складовою здійснення цифрового маркетингу у сфері освіти. Заклади вищої освіти працюють з різною цільовою аудиторією: студентами, батьками, співробітниками, бізнес-партнерами, що мають різний вік. Результати дослідження показали, що аудиторія відвідувачів веб сайту провідних ЗВО України, Польщі, Німеччини представлена усіма віковими групами від 18 років до 65 років і старше. Усіх відвідувачів веб сайту ЗВО можна класифікувати як покоління «Z», «Y», «X», «Бібі Бумери», «Традиційні», відповідно до концепції поколінь. Розрахунки, представлені у даному дослідженні зроблено з використанням програмного інструменту цифрового маркетингу Similigrweb [19], що використовує офіційні цифрові дані відвідувачів, старше 18 років. Тому відвідувачі молодше 18 років, а саме школярі 16-17 років, які класифікуються як покоління «Альфа» і є потенційними абітурієнтами ЗВО не було досліджено. В статті більш детально проаналізовано покоління «Z» – (18-24 роки); «Y+Z» – (25-34 роки); «Y» – (35-44 роки); «X» – (45-54 роки), як важливу аудиторію веб сайту ЗВО.

Встановлено, що чим більшою є різниця у віці між групами відвідувачів веб сайту, тим більшими темпами скорочується відвідуваність веб сайту. Зокрема скорочення охоплення аудиторії віком 25-34 роки, порівняно з аудиторією 18-24 роки становить для ЗВО України, Німеччин 4 – 5%; ЗВО Польщі – 11%; серед аудиторії віком 35-44 роки, порівняно з аудиторією 25-34 роки скорочення охоплення аудиторії становить для ЗВО України, – 30%; ЗВО Польщі – 50%; ЗВО Німеччини – 40%. Тобто, чим старше вік відвідувачів веб сайту, тим більш різкими темпами скорочується відвідуваність. Проте, якщо порівнювати показники відвідуваності сайту між ЗВО різних країн, то в Україні скорочення відвідувачів старшої вікової групи відбувається повільніше, ніж у Польщі та Німеччині. Можемо сказати, що люди середнього та старшого віку в Україні більше цікавляться контентом, розміщеним на веб сайтах ЗВО.

Аналогічна ситуація спостерігається і з показником «тривалість візиту» – чим старшою є аудиторія, тим меншою є тривалість візиту, зокрема серед ЗВО Польщі та Німеччини. Щодо відчизняної аудиторії усіх вікових груп, то середня тривалість візиту є практично незмінною, або навіть збільшується з кожною наступною віковою групою: серед жіночої аудиторії на 3-4 % , а серед чоловічої аудиторії на 8-9 % , що обумовлено, крім іншого, і військовою ситуацією в Україні. Показник «Bounce Rate» також поступово збільшується зі збільшенням віку аудиторії, що є негативним явищем.

Цікавим фактом є те, що відвідувачі веб сайту ЗВО старше 65 років, особливо жіноча аудиторія значний час проводять на веб сайті вишів. У КПІ імені Ігоря Сікорського, м. Київ, Гірничо-металургійній академії ім. Станіслава Епшица, м. Краків, Мюнхенському технічному університеті, м. Мюнхен середня тривалість візиту серед жінок старше 65 років становить 9-10 хвилин, що є навіть більше, ніж для вікових категорій 18-24 роки та 25-34 роки.

Список літератури

1. Straus W., Hove N. Generations: the history of America's future. 1584 to 2069. New York : Perennial, 1991. 544 p.
2. Як зрозуміти покоління X, Y, Z, Альфа та побудувати з ними комунікацію Школа цифрових навичок «Пара». - 29 Листопада 2021. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://para.school/blog/marketing>
3. Гаврілова Л.Г., Топольник Я.В. Цифрова культура, цифрова грамотність, цифрова компетентність як сучасні освітні феномени // Інформаційні технології і засоби навчання, 2017, Том 61, №5. – С.1-14. <https://www.researchgate.net/> – (Дата звернення 18.08.2024). – Назва з екрана.
4. Латишев К.О., Герасимчук В.В. Маркетинг цифрової сфери: поведінка споживачів в умовах пандемії // Економічний простір № 160, 2020. – С. 82 – 85.
5. Гуревич Р., Коношевський Л., Опушко Н. 'Цифровізація освіти сучасного суспільства: проблеми, досвід, перспективи', Освітлогічний дискурс. – 2022. – (3-4(38-39)), с. 22–46.
6. Галицький О.В., Кучеренко І.І., Микитенко П.В. Веб-сайт закладу вищої освіти та його значення інформаційно-освітньому середовищі // Освітній дискурс: збірник наукових праць. – 43(1-3). – 2023. – С. 85-94.
7. Франчук В.М., Галицький, О.В Вибір системи управління вмістом сайту // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 2. Комп'ютерно-орієнтовані системи навчання. – 2014. – № 14 (21). – С. 19–28.
8. Єрмоленко А.Б. Розвиток національного освітнього простору в контексті надбав теорії поколінь // Вісник національного університету оборони, 2015. – №3(40). – С. 82-87.
9. Лютак О.З. Застосування теорії поколінь у консультуванні персоналу організації. Збірник наукових праць: психологія. Івано-Франківськ: ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. В.Стефаника». – 2019. – Вип. 23. – С. 94-101.
10. Коваль Н.В., Биба В.А. Використання теорії поколінь в менеджменті персоналу // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/> – (Дата звернення 18.08.2024). – Назва з екрана.
11. Сайко В. Р., Лучко Г. Й. Основні аспекти мотивації та взаємодії з поколінням Z в умовах сучасного ринку праці // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2021. № 12 – С. 177-183.
12. Щетиніна Л. В., Рудакова С. Г., Даниляк М. І. Управління персоналом з урахуванням положень теорії поколінь. Проблеми економіки. – 2017. – №1. – С. 277-283.

13. Краус К.М., Краус Н.М., Іщенко І.С. Освіта та суспільство: цифрова ідентифікація людини: монографія. – Київ: Аграр Медіа Груп. – 2023. – 208 с.
14. Близнюк Т.П. Поколінська культура поколінь Х та Y в Україні: ціннісний аналіз // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. – 2017. – Т. 22. Вип. 7 (60). – С. 52-56.
15. Струтинська, О. В. (2020). Особливості сучасного покоління учнів і студентів в умовах розвитку цифрового суспільства. Електронне наукове фахове видання «Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету». – 2020. – № 9. – С. 145-160.
16. Подік І.І. Студенти Z: особливості та перспективи. Наукові записки Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Серія: Педагогічні науки. – 2017. – Випуск 159. – С. 130-135.
17. Diogo Matos Chaves Targeting Gen Z: Digital Marketing Trends for Higher Education [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.latigid.pt/en/blog/targeting-gen-z-digital-marketing-trends-for-higher-education> 6/07/2023 – (Дата звернення 18.08.2024). – Назва з екрана.
18. Lister M. Generational Marketing: How to Target Millennials, Gen X, & Boomers. – 2023[Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.wordstream.com/blog/ws/generational-marketing-tactics> – (Дата звернення 18.08.2024). – Назва з екрана.
19. SimilarWeb Офіційний веб сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.similarweb.com/> – (Дата звернення 18.08.2024). – Назва з екрана.
20. Report Global Digital Overview in 2022, 2023 years. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : (<https://datareportal.com/reports>) – (Дата звернення 18.08.2024). – Назва з екрана.
21. Wikipedia. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/> – (Дата звернення 18.08.2024). – Назва з екрана.
22. Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ (КНУ ім. Т.Шевченка). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://knu.ua/ua/> – (Дата звернення 18.08.2024). – Назва з екрана.
23. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Київ (КПІ ім. І. Сікорського). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://kpi.ua/> – (Дата звернення 18.08.2024). – Назва з екрана.
24. Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Харків (ХНУ ім. В. Каразіна). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://karazin.ua/> – (Дата звернення 18.08.2024). – Назва з екрана.
25. Національний університет «Львівська політехніка», Львів (НУ Львівська Політехніка). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://lpnu.ua/> – (Дата звернення 18.08.2024). – Назва з екрана.
26. University of Warsaw (Варшавський університет). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://en.uw.edu.pl/> – (Дата звернення 18.08.2024). – Назва з екрана.
27. Warsaw University of Technology (Варшавський політехнічний інститут). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pw.edu.pl/> – (Дата звернення 18.08.2024). – Назва з екрана.
28. AGH University of Science and Technology (Гірничо-металургійна академія ім. Станіслава Епшица, м. Краків). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.agh.edu.pl/en/>
29. Gdansk University of Technology (Гданський технологічний університет). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://festiwal.pg.edu.p> – (Дата звернення 18.08.2024). – Назва з екрана.
30. Technical University of Munich (Мюнхенський технічний університет). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.tum.de/en/> – (Дата звернення 18.08.2024). – Назва з екрана.
31. Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg (Гейдельберзький університет ім. Рупрехта та Карла, м. Гейдельберг). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uni-heidelberg.de/> – (Дата звернення 18.08.2024). – Назва з екрана.
32. Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU) (Університет Людвіга-Максимиліана, м. Мюнхен). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.lmu.de/> – (Дата звернення 18.08.2024). – Назва з екрана.
33. Karlsruhe Institute of Technology (Технологічний інститут Карлсруе) (KIT). [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.kit.edu/english/> – (Дата звернення 18.08.2024). – Назва з екрана.

References (transliterated)

1. Straus W., Hove N. Generations: the history of America's future. 1584 to 2069. New York : Perennial, 1991. 544 p.
2. Yak zrozumity pokolinnia X, Y, Z, Alfa ta pobuduvaty z nymy komunikatsiiu Shkola tsyfrovkykh navychok «Para». - 29 Lystopada 2021. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://para.school/blog/marketing> (Data zvernennia 18.08.2024). – Nazva z ekrana.
3. Havrilova L.H., Topolnyk Ya.V. Tsyfrova kultura, tsyfrova hramotnist, tsyfrova kompetentnist yak suchasni osvitni fenomeny // Informatsiini tekhnolohii i zasoby navchannia, 2017, Tom 61, No5. – S.1-14. <https://www.researchgate.net/> (Data zvernennia 18.08.2024). – Nazva z ekrana.
4. Latyshev K.O., Herasymchuk V.V. Marketynh tsyfrovoi sfery: povedinka spozhyvachiv v umovakh pandemii // Ekonomichniy prostir № 160, 2020. – S. 82 – 85.
5. Hurevych R., Konoshevskiy L., Opushko N. ‘Tsyfrovizatsiia osvity suchasnoho suspilstva: problemy, dosvid, perspektyvy’, Osvitolohichniy dyskurs. – 2022. – (3-4(38-39)), s. 22-46.
6. Halytskyi O.V., Kucherenko I.I., Mykytenko P.V. Veb-sait zakladu vyshchoi osvity ta yoho znachennia vinformatsiino-osvitnomu sere dovyschi // Osvitnii dyskurs: zbirnyk naukovykh prats. – 43(1-3). – 2023. – S. 85-94.
7. Franchuk V.M., Halytskyi, O.V Vybiry systemy upravlinnia vmistom сайту // Naukovyichasopys NPU imeni M.P. Drahomanova. Seria 2. Kompiuterno-orientovani systemynavchannia. – 2014. – № 14 (21). – S. 19-28.
8. Yermolenko A.B. Rozvytok natsionalnoho osvitnoho prostoru v konteksti nadban teorii pokolin // Visnyk natsionalnoho universytetu oborony, 2015. – №3(40). – S. 82-87.
9. Liutak O.Z. Zastosuvannia teorii pokolin u konsultuvanni personalu orhanizatsii. Zbirnyk naukovykh prats: psyholohiia. Ivano-Frankivsk: DVNZ «Prykarpatskyi natsionalnyi universytet im. V.Stefanyaka». – 2019. – Vyp. 23. – S. 94-101.
10. I Koval N.V., Byba V.A. Vykorystannia teorii pokolin v menedzhmentі personalu // Elektronne naukove fakhove vydannia «Efektivna ekonomika». [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.economy.nayka.com.ua/> (Data zvernennia 18.08.2024). – Nazva z ekrana.
11. Saiko V. R., Luchko H. Y. Osnovni aspekty motyvatsii ta vzaiemodii z pokolinniam Z v umovakh suchasnoho rynku pratsi // BIZNESINFORM. – 2021. № 12 – S. 177-183.
12. Shchetinina L. V., Rudakova S. H., Danyliak M. I. Upravlinnia personalom z urakhuvanniam polozhen teorii pokolin. Problemy ekonomiky. – 2017. – №1. – S. 277-283.
13. Kraus K.M., Kraus N.M., Ishchenko I.S. Osvita ta suspilstvo: tsyfrova identyfikatsiia liudyny: monohrafiia. – Kyiv: Ahrar Media Hrup. – 2023. – 208 s.
14. Blyzniuk T.P. Pokolinska kultura pokolin Kh ta Y v Ukraini: tsinnisnyi analiz // Visnyk ONU imeni I.I. Mechnykova. – 2017. – Т. 22. Vyp. 7 (60). – С. 52-56.
15. Strutynska, O. V. (2020). Osoblyvosti suchasnoho pokolinnia uchniv i studentiv v umovakh rozvytku tsyfrovoho suspilstva. Elektronne naukove fakhove vydannia «Vidkryte osvitnє e-sere dovysche suchasnoho universytetu». – 2020. – № 9. – S. 145-160.
16. Podik I.I. Studenty Z: osoblyvosti ta perspektyvy. Naukovi zapysky Tsentralnoukrajinskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Volodymyra Vynnychenka. Seria: Pedahohichni nauky. – 2017. – Vypusk 159. – S. 130-135.

17. Diogo Matos Chaves Targeting Gen Z: Digital Marketing Trends for Higher Education [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.latigid.pt/en/blog/targeting-gen-z-digital-marketing-trends-for-higher-education> 6/07/2023 (Data zvernennia 18.08.2024). – Nazva z ekrana.
18. Lister M. Generational Marketing: How to Target Millennials, Gen X, & Boomers. – 2023. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.wordstream.com/blog/ws/generational-marketing-tactics> (Data zvernennia 18.08.2024). – Nazva z ekrana.
19. SimilrWeb [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.similrweb.com/> (Data zvernennia 18.08.2024). – Nazva z ekrana.
20. Report Global Digital Overview in 2022, 2023 years. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : (<https://datareportal.com/reports>) (Data zvernennia 18.08.2024). – Nazva z ekrana.
21. Wikipedia. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://uk.wikipedia.org/> (Data zvernennia 18.08.2024). – Nazva z ekrana.
22. Kyivskiy natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka, Kyiv (KNU im. T.Shevchenka). [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://knu.ua/ua/> (Data zvernennia 18.08.2024). – Nazva z ekrana.
23. Natsionalnyi tekhnichnyi universytet Ukrainy «Kyivskiy politekhnichnyi instytut imeni Ihoria Sikorskoho», Kyiv (KPI im. I. Sikorskoho). [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://kpi.ua/> (Data zvernennia 18.08.2024). – Nazva z ekrana.
24. Kharkivskiy natsionalnyi universytet imeni V.N. Karazina, Kharkiv (KhNU im. V. Karazina). [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://karazin.ua/> (Data zvernennia 18.08.2024). – Nazva z ekrana.
25. Natsionalnyi universytet «Lvivska politekhnika», Lviv (NU Lvivska Politekhnika). [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://lpnu.ua/>
26. University of Warsaw (Варшавський університет). [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://en.uw.edu.pl/> (Data zvernennia 18.08.2024). – Nazva z ekrana.
27. Warsaw University of Technology (Варшавський політехнічний інститут). [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.pw.edu.pl/> (Data zvernennia 18.08.2024). – Nazva z ekrana.
28. AGH University of Science and Technology (Гірнично-металургійна академія ім. Станіслава Епшица, м. Краків). [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.agh.edu.pl/en/>
29. Gdansk University of Technology (Гданський технологічний університет). [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://festiwal.pg.edu.p> (Data zvernennia 18.08.2024). – Nazva z ekrana.
30. Technical University of Munich (Мюнхенський технічний університет). [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.tum.de/en/> (Data zvernennia 18.08.2024). – Nazva z ekrana.
31. Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg (Гейдельберзький університет ім. Рупрехта та Карла, м. Гейдельберг). [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.uni-heidelberg.de/> (Data zvernennia 18.08.2024). – Nazva z ekrana.
32. Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU) (Університет Людвіга-Максимилиана, м. Мюнхен). [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.lmu.de/> (Data zvernennia 18.08.2024). – Nazva z ekrana.
33. Karlsruhe Institute of Technology (Технологічний інститут Карлсруе) (KIT). [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.kit.edu/english/> (Data zvernennia 18.08.2024). – Nazva z ekrana.

Надійшла (received) 01.08.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Лісун Яніна Вікторівна (Lisun Yanina) - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, м. Київ/ <https://orcid.org/0000-0003-0823-7283>
e-mail: y.lisun@knu.edu.ua

С.О. ВАСИЛЬЦОВА, М.О. ГАСЮК

ПОДВІЙНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ. ЯК ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗМІНЮЮТЬ ПРАВИЛА ГРИ

У статті зроблено всебічний аналіз методу подвійного ціноутворення, який набуває дедалі більшої популярності в умовах глобалізації та цифровізації ринків. Подвійне ціноутворення передбачає встановлення різних цін на один і той самий товар або послугу в залежності від специфіки ринку, що дозволяє компаніям адаптуватися до різних економічних умов, рівня конкуренції та споживчих уподобань. Цей підхід дозволяє не тільки максимізувати прибуток, але й забезпечує конкурентоспроможність на локальних і міжнародних ринках. Стаття зосереджується на вивченні впливу інформаційних технологій на ефективність подвійного ціноутворення. Вона підкреслює, як сучасні рішення у сфері аналітики, автоматизації та динамічного ціноутворення сприяють більш точному визначенню цін, які відповідають попиту. Серед основних інформаційних технологій, що використовуються в цьому контексті, можна виділити аналітику даних, яка забезпечує збір та обробку великих обсягів інформації про поведінку споживачів, що дозволяє визначити оптимальні ціни для різних сегментів ринку. Також важливу роль відіграє машинне навчання, яке передбачає зміни попиту на основі історичних даних, що дозволяє підприємствам адаптувати свої ціни в реальному часі. Динамічне ціноутворення дозволяє автоматично змінювати ціни залежно від змінюваних умов ринку, таких як сезонність, час доби або наявність конкуренції. Технології блокчейн забезпечують прозорість цінового процесу та можуть бути використані для створення смарт-контрактів, які автоматизують процеси купівлі-продажу. CRM-системи, тобто системи управління взаємовідносинами з клієнтами, дозволяють підприємствам краще розуміти своїх споживачів і адаптувати свої цінові стратегії відповідно до їх потреб. Досліджуються приклади успішних цифрових платформ, таких як Booking.com, eBay чи Netflix, які використовують подвійне ціноутворення для оптимізації своїх цінових стратегій. Ці платформи демонструють, як технології можуть полегшити встановлення різних цін залежно від регіону, часу або типу споживача. Стаття також акцентує увагу на можливостях, які надають нові технології, у формуванні прозорості цінового процесу та підвищенні конкурентоспроможності бізнесу. Результати дослідження підтверджують, що впровадження інформаційних технологій у стратегії подвійного ціноутворення відкриває нові горизонти для підприємств, дозволяючи їм краще реагувати на зміни на ринку та задовольняти потреби споживачів. Стаття також пропонує рекомендації щодо подальшого розвитку методів ціноутворення, акцентуючи увагу на важливості адаптації бізнесу до швидко змінюваного цифрового середовища. Це дослідження стане корисним для практиків, науковців та всіх, хто цікавиться сучасними тенденціями в маркетингу та ціновій політиці.

Ключові слова: ціна; товар; торгівля; цифрові інструменти; ціноутворення

S. VASILTSOVA, M. HASIUK

DUAL PRICING. HOW INFORMATION TECHNOLOGY IS CHANGING THE RULES OF THE GAME

The article provides a comprehensive analysis of the dual pricing method, which is becoming increasingly popular in the context of globalisation and digitalisation of markets. Dual pricing involves setting different prices for the same product or service depending on the specifics of the market, which allows companies to adapt to different economic conditions, the level of competition and consumer preferences. This approach not only maximises profits but also ensures competitiveness in local and international markets. The article focuses on the impact of information technology on the effectiveness of dual pricing. It emphasises how modern solutions in the field of analytics, automation and dynamic pricing contribute to a more accurate determination of prices that meet demand. The main information technologies used in this context include data analytics, which collects and processes large amounts of information about consumer behaviour, allowing for the determination of optimal prices for different market segments. Machine learning, which predicts changes in demand based on historical data, also plays an important role, allowing businesses to adapt their prices in real time. Dynamic pricing allows prices to change automatically depending on changing market conditions, such as seasonality, time of day or competition. Blockchain technologies ensure transparency in the pricing process and can be used to create smart contracts that automate the purchase and sale process. CRM systems, i.e. customer relationship management systems, allow businesses to better understand their customers and adapt their pricing strategies to meet their needs. Examples of successful digital platforms, such as Booking.com, eBay or Netflix, that use dual pricing to optimise their pricing strategies are explored. These platforms demonstrate how technology can facilitate the setting of different prices depending on the region, time or type of consumer. The article also focuses on the opportunities provided by new technologies to create transparency in the pricing process and increase business competitiveness. The results of the study confirm that the introduction of information technologies in the dual pricing strategy opens up new horizons for enterprises, allowing them to better respond to changes in the market and meet the needs of consumers. The article also offers recommendations for the further development of pricing methods, focusing on the importance of adapting businesses to the rapidly changing digital environment. This study will be useful for practitioners, academics and anyone interested in current trends in marketing and pricing.

Keywords: price; goods; trade; digital tools; pricing

Вступ. Подвійне ціноутворення є одним із ключових інструментів у сучасній економіці, яке дозволяє компаніям адаптувати свою цінову політику відповідно до різних ринкових умов. Цей механізм полягає у встановленні різних цін на той самий товар або послугу в залежності від ринку збуту або сегменту споживачів. У міжнародній торгівлі подвійне ціноутворення відіграє стратегічну роль, оскільки дає змогу компаніям враховувати не лише економічні особливості ринку, але й політичні, соціальні та культурні фактори. Наприклад, на ринках з високим рівнем конкуренції підприємства можуть встановлювати нижчі ціни, щоб зберегти свою конкурентоспроможність, у той час як на менш конкурентних ринках ціни можуть бути вищими.

Подвійне ціноутворення також враховує рівень доходів споживачів, що дозволяє компаніям забезпечити доступність продукції в різних країнах або регіонах, незалежно від економічного стану населення.

Окрім цього, цей підхід може використовуватися для адаптації до регуляторних вимог різних держав. В умовах глобалізації, коли країни мають різні податкові режими, митні тарифи та обмеження щодо ціноутворення, подвійне ціноутворення допомагає компаніям оптимізувати свої операційні витрати і залишатися конкурентоспроможними на різних ринках. Проте цей процес має свої виклики. Компанії, які застосовують різні ціни на свої товари або послуги, можуть зіткнутися з проблемами прозорості

та справедливості, що може призвести до втрати довіри споживачів або навіть до санкцій з боку регуляторів. Крім того, подвійне ціноутворення може створювати нерівні умови для гравців на ринку, що може викликати критику з боку конкурентів та антимонопольних органів. Отже, подвійне ціноутворення є складним і багатограним процесом, який має як переваги, так і виклики. Воно дозволяє компаніям бути більш гнучкими та ефективно адаптуватися до умов міжнародних ринків, проте вимагає ретельного аналізу і стратегічного підходу для уникнення потенційних ризиків і забезпечення успіху на глобальній арені.

Мета роботи полягає у всебічному аналізі методу подвійного ціноутворення, його застосування у торгівлі та електронній комерції, а також у вивченні впливу інформаційних технологій на ефективність цього підходу. У рамках дослідження буде розглянуто основні аспекти та механізми, що лежать в основі подвійного ціноутворення, його переваги та недоліки, а також наслідки для бізнесу та споживачів. Крім того, особлива увага буде приділена вивченню цифрових платформ, які активно використовують цей метод, та впливу сучасних технологій на динаміку цінних стратегій. Таким чином, метою роботи є створення цілісного уявлення про подвійне ціноутворення як важливий елемент маркетингової стратегії, що дозволяє підприємствам адаптуватися до різноманітних умов ринку і підвищувати свою конкурентоспроможність.

Аналіз основних досягнень і літератури. Оглядаючи літературу, можна визначити загальну тенденцію до використання подвійного ціноутворення на ринку товарів та послуг.

Багато вчених приділяли увагу цьому питанню. Shanshan Li, Yanzhi Wang у своєму дослідженні вивчали, як технології машинного навчання можуть удосконалити моделі динамічного ціноутворення та цінної дискримінації, включаючи подвійне ціноутворення, шляхом кращого розуміння поведінки споживачів та ринкових динамік [1]. Sarah Brown, Daniel K. Black аналізували, як стратегії подвійного ціноутворення впливають на ринковий вступ нових учасників і конкурентну ситуацію та як подвійне ціноутворення може допомогти компаніям створити бар'єри для нових конкурентів [2]. Emily Roberts, John Smith досліджували, як споживачі сприймають подвійне ціноутворення в онлайн-роздрібній торгівлі [3]. Нові підходи до оцінки впливу різних цін на товари в різних країнах на глобальні економічні відносини запропонували Alexander Müller, Olivia White у своїх дослідженнях [4]. Ці дослідження представляють різні аспекти методу подвійного ціноутворення і його вплив на ринки, конкуренцію, споживчі реакції та міжнародну торгівлю.

Викладення основного матеріалу. Подвійне ціноутворення передбачає ситуацію, коли компанія встановлює різні ціни на один і той самий продукт у різних країнах або на різних ринках. Основними причинами цього явища є прагнення компанії максимізувати прибуток, враховуючи специфіку місцевих ринків, і необхідність пристосування до

різних економічних, політичних або регуляторних умов. На ринках з нижчим рівнем доходів споживачів ціни можуть бути нижчими, щоб зберегти доступність товару, тоді як на ринках з вищими доходами ціни можуть бути значно вищими. На ринках з високим рівнем конкуренції компанії можуть знижувати ціни, щоб підтримувати конкурентоспроможність, тоді як на менш конкурентних ринках вони можуть дозволити собі вищі ціни. У деяких країнах уряди встановлюють контроль над цінами на певні товари або послуги, що змушує компанії адаптувати свою цінову політику до місцевих умов. Витрати на транспортування товарів і митні збори можуть значно варіюватися в залежності від регіону, що також впливає на формування цін.

Одним із найяскравіших прикладів подвійного ціноутворення є фармацевтична галузь. Ліки, вироблені в одній країні, можуть продаватися за різними цінами в різних країнах, залежно від платоспроможності населення. Іншим прикладом може бути ціноутворення на автомобілі. Автомобілі одного бренду можуть коштувати по-різному в різних країнах, враховуючи місцеві податки, митні збори, транспортні витрати та конкурентну ситуацію на ринку.

Подвійне ціноутворення має значний вплив на економіку як на макро-, так і на мікрорівні. Воно дозволяє компаніям гнучко реагувати на зміни у світовій економіці, оптимізувати прибуток та підтримувати стабільний попит на свої товари чи послуги. Однак цей підхід також може викликати певні суперечки і нерозуміння, особливо серед споживачів, які можуть вважати такі цінні стратегії несправедливими.

Крім того, подвійне ціноутворення може сприяти розвитку «сірого» імпорту, коли товари купуються в одній країні за нижчими цінами і нелегально ввозяться в іншу країну для перепродажу. Це може призвести до втрат доходів для компаній і держав, а також створити додаткові ризики для споживачів.

Метод подвійного ціноутворення, відомий як модель "бритва та леза", є популярною стратегією, яку використовують компанії для збільшення доходів і підвищення лояльності клієнтів. Суть цієї моделі полягає в тому, що основний продукт продається за зниженою ціною або навіть за собівартістю, тоді як додаткові товари або витратні матеріали, необхідні для використання основного продукту, продаються за значно вищою ціною. Ця стратегія дозволяє компаніям отримувати стабільний і тривалий прибуток. Назва цього методу походить від бізнес-моделі компанії Gillette, яка продає бритви за низькою ціною, але витратні матеріали – леза для цих бритв – за вищою ціною. Клієнт, придбавши бритву, змушений купувати леза тієї ж марки, що створює стабільний попит на витратні матеріали і, відповідно, постійний потік доходів для компанії.

Основні етапи реалізації стратегії подвійного ціноутворення "бритва та леза":

1. Продаж основного продукту за низькою ціною. Компанія знижує ціну на основний продукт, роблячи його доступним для широкого кола

споживачів. Це допомагає залучити велику кількість клієнтів і створити базу користувачів.

2. Забезпечення постійного попиту на витратні матеріали. Основний продукт потребує регулярної заміни витратних матеріалів, які пропонуються за вищою ціною. У багатьох випадках користувачі змушені купувати саме ці витратні матеріали через їхню сумісність або якість, що забезпечує стабільний попит.

3. Формування лояльності клієнтів. Завдяки необхідності регулярної покупки витратних матеріалів клієнти залишаються прив'язаними до бренду, що підвищує їхню лояльність і зменшує ймовірність переходу до конкурентів.

Розглянемо приклади використання цього методу:

✓ Принтери та картриджі. Компанії продають принтери за низькими цінами, але картриджі для друку – за високими, забезпечуючи тим самим довгострокові прибутки.

✓ Кавові машини та капсули. Виробники кавових машин часто пропонують їх за доступними цінами, але капсули для кави продають дорожче, що призводить до стабільного доходу.

✓ Ігрові консолі та ігри. Ігрові консолі можуть продаватися за нижчими цінами, тоді як ігри, підписки або додаткові аксесуари – за вищими, що допомагає компаніям заробляти на регулярних покупках.

Як основні переваги цього методу можна розглянути наступні:

1. Низька ціна на основний продукт робить його більш доступним для широкого кола споживачів, що допомагає залучити нових клієнтів.

2. Дорогі змінні або додаткові товари (лезо, картриджі, капсули) створюють постійний потік доходів, оскільки клієнти змушені регулярно купувати ці продукти для користування основним товаром.

3. Оскільки основний продукт вимагає використання специфічних доповнень (наприклад, лише певних лез чи картриджів), це сприяє формуванню довготривалих відносин із клієнтами.

4. Низька ціна на основний продукт може забезпечити компанії конкурентну перевагу на ринку та знизити бар'єри для входу для нових клієнтів.

5. Виробники можуть масштабувати продажі основного продукту та розширювати асортимент дорогих доповнень для збільшення прибутку.

Недоліки методу "бритьва та леза" такі:

1. Якщо споживачі знайдуть альтернативу змінним продуктам (наприклад, неоригінальні леза або картриджі), компанія може втратити джерело прибутку.

2. Продаж основного продукту за низькою ціною або збитково вимагає великих початкових інвестицій, які можуть не окупитися, якщо не вдасться продати достатньо доповнень.

3. Високі ціни на додаткові продукти можуть викликати невдоволення у споживачів, особливо якщо вони вважають, що ціна не відповідає вартості.

4. У разі спаду попиту на змінні товари (наприклад, через винахід довговічніших альтернатив), доходи можуть різко знизитися.

5. У деяких країнах така практика може бути обмежена законодавством або регулюванням через антиконкурентні механізми, що може стати бар'єром для реалізації цієї стратегії.

Модель «бритьва та лезо» є ефективною, якщо вдається втримати клієнтів на покупці дорогих змінних компонентів. Однак успіх цієї стратегії значною мірою залежить від того, наскільки надійними є механізми захисту від альтернатив та наскільки задоволені клієнти.

Модель «бритьва та лезо» має значні перспективи розвитку на сучасному ринку продукції, особливо в галузях, де вона може ефективно застосовуватися. Однією з основних тенденцій є зростання популярності ринку підписок. Ця модель чудово підходить для економіки підписок, де клієнти регулярно платять за користування певними товарами або послугами. Сектор підписок на змінні елементи, такі як кавові капсули, картриджі для принтерів чи леза для бритв, демонструє стабільне зростання. Підписка на змінні компоненти дозволяє компаніям отримувати постійний дохід і забезпечувати довгострокові відносини з клієнтами.

Інновації в технологіях також сприяють розвитку цієї моделі. Сучасні інноваційні продукти, такі як смарт-гаджети або медичні пристрої, можуть використовувати стратегію подвійного ціноутворення. Основні продукти можна зробити доступнішими за рахунок зниження ціни, тоді як регулярні витрати на витратні матеріали або додаткові послуги створюють стабільний потік доходів для компанії.

Розвиток Інтернету речей (IoT) відкриває нові можливості для впровадження моделі «бритьва та лезо». Побутові прилади та техніка, що підключаються до мережі, можуть бути продані за зниженою ціною, а прибуток отримуватиметься від продажу витратних матеріалів або сервісного обслуговування на основі підписки. Ця модель також має перспективи в умовах зростаючого попиту на екологічні рішення. Використання багаторазових або екологічних компонентів може залучити екологічно свідомих споживачів і підвищити лояльність до бренду, що відповідає сучасним вимогам сталого розвитку.

Особливу увагу модель «бритьва та лезо» привертає в галузі медичних технологій. Основне обладнання для медичних послуг може бути продано за нижчою ціною, що дозволяє зробити його доступнішим для пацієнтів, тоді як регулярні витрати на змінні компоненти (наприклад, датчики або тести) забезпечують стабільний дохід для виробників медичного обладнання.

Проте, ця стратегія також має свої виклики. Зростання конкуренції на ринку означає, що споживачі можуть знаходити дешевші альтернативи для змінних компонентів, наприклад, неоригінальні картриджі для принтерів або багаторазові капсули для кави. Це може негативно вплинути на ефективність

моделі. Крім того, споживачі стають все більш вимогливими щодо прозорості цін. Якщо ціни на змінні товари будуть занадто високими, це може викликати невдоволення та втрату лояльності клієнтів.

Є також ризик регуляторних обмежень. У деяких країнах влада може ввести обмеження на такі моделі бізнесу, вважаючи їх антиконкурентними. Компанії можуть зіткнутися з правовими викликами, якщо їхня практика встановлення високих цін на змінні компоненти буде розглядатися як зловживання монопольним становищем.

Нарешті, сучасні споживачі все більше цінують довіряємість продукції, і це може вплинути на популярність моделей, де потрібні часті заміни витратних матеріалів. Тому компаніям варто задуматися над створенням більш стійких або екологічно безпечних змінних компонентів.

Отже, модель «бритва та лезо» має великі перспективи розвитку, особливо в контексті зростання ринку підписок, технологічних інновацій та інтернету речей. Проте для того, щоб стратегія була успішною, компанії мають враховувати зміни в споживчих очікуваннях, зростаючу конкуренцію та можливі правові обмеження.

Використання інформаційних технологій у методі подвійного ціноутворення значно розширює можливості компаній щодо адаптації своєї цінової політики до різних ринкових умов. Сучасні технології не тільки полегшують процес збору та аналізу даних, але й дозволяють реалізувати динамічні та індивідуалізовані підходи до ціноутворення. Розглянемо основні напрями, в яких інформаційні технології впливають на подвійне ціноутворення:

1. Аналіз великих даних (Big Data). Інформаційні технології дозволяють компаніям збирати й обробляти великі обсяги даних про споживачів, ринки, конкурентів та інші економічні фактори. Це включає аналіз поведінки споживачів, їхні уподобання, рівень доходів, а також ринкові тренди й рівень конкуренції. Завдяки цьому компанії можуть розробляти більш точні й ефективні стратегії подвійного ціноутворення, адаптуючи ціни до конкретних ринкових умов.

2. Динамічне ціноутворення. Завдяки штучному інтелекту та машинному навчанню компанії можуть впроваджувати динамічне ціноутворення, яке дозволяє автоматично коригувати ціни в реальному часі. Це особливо актуально для компаній, що працюють на глобальних ринках з різними рівнями конкуренції та попиту. Наприклад, авіакомпанії та онлайн-магазини можуть використовувати такі системи для встановлення різних цін на свої послуги або товари в залежності від місця знаходження клієнта, часу покупки, попередніх покупок тощо.

3. Цифрові платформи та електронна комерція. Інтернет-магазини та глобальні маркетплейси, такі як Booking.com, eBay чи Netflix, активно використовують інформаційні технології для впровадження подвійного ціноутворення. Цифрові платформи дозволяють продавцям встановлювати різні ціни для різних ринків або категорій споживачів.

Це може базуватися на геолокації користувача, його поведінці на платформі, або навіть на тому, який пристрій він використовує для покупки.

4. Автоматизовані системи управління цінами. Такі системи допомагають компаніям оперативно реагувати на зміни в ринковій кон'юктурі, регуляторні обмеження або дії конкурентів. Інформаційні технології дозволяють автоматизувати процеси аналізу ринку та ціноутворення, мінімізуючи людський фактор і підвищуючи точність рішень. Це особливо важливо для великих транснаціональних корпорацій, які повинні враховувати умови кількох ринків одночасно.

5. Персоналізація пропозицій. Використання алгоритмів персоналізації дозволяє компаніям пропонувати індивідуалізовані ціни або знижки для окремих клієнтів. Інформаційні системи аналізують минулі покупки, активність клієнтів на сайті, їхні уподобання і на основі цих даних пропонують оптимальні цінові пропозиції, що підвищує ймовірність продажу.

6. Блокчейн та прозорість ціноутворення. Технології блокчейн можуть використовуватися для підвищення прозорості ціноутворення та запобігання маніпуляціям з цінами на різних ринках. Це може бути особливо корисним у міжнародній торгівлі, де важливо гарантувати справедливість і прозорість процесу встановлення цін.

Наприклад цифрова платформа eBay активно використовує методи подвійного ціноутворення, які базуються на динамічному ціноутворенні. eBay дозволяє продавцям встановлювати різні ціни на однакові товари в залежності від продажу (аукціон або фіксований тип ціни). Платформа аналізує запит на товари в реальному часі, використовуючи алгоритми для моніторингу цін конкурентів і тенденцій ринку. Це дозволяє продавцям адаптувати свої ціни, щоб залишитися конкурентоспроможними. Наприклад, якщо певний товар користується високим попитом, продавець може підвищити ціну, щоб максимізувати прибуток.

Booking.com активно використовує сучасні інформаційні технології для оптимізації цін на готельні номери, що є ключовим елементом їхньої стратегії подвійного ціноутворення. Платформа дозволяє гостям встановлювати різні ціни залежно від ряду факторів, включаючи рівень заповнюваності, сезонність, тип номера, тривалість перебування та спеціальні пропозиції. Booking.com використовує потужні аналітичні інструменти для збору та обробки даних про запит на готельні послуги. Це містить інформацію про історичні дані про бронювання, поведінку споживачів, а також тенденції ринку. На цій основі дані платформа може прогнозувати, які ціни будуть оптимальними в певний момент часу. Також Booking.com використовує інформаційні технології для аналізу ринкових умов у різних регіонах. Платформа може адаптувати ціни в залежності від специфіки кожного ринку, за рахунок середнього доходу населення, рівня конкуренції та споживчого подібання. Це дозволяє готелям встановлювати ціни, які є привабливими для місцевих

споживачів, а також для міжнародних туристів. Booking.com активно використовує алгоритми персоналізації, що дозволяє платформі надавати користувачам рекомендації на основі їхніх попередніх бронювань та пошукових запитів. Це дає можливість готелям встановлювати ціни, адаптовані до конкретних уподобань користувачів. Наприклад, якщо клієнт часто бронює номери в певному ціновому розділі або в певному типі готелів, платформа може запропонувати йому спеціальні пропозиції, які будуть більш привабливими з фінансової точки зору.

Таким чином, інформаційні технології є ключовим фактором у підвищенні ефективності подвійного ціноутворення. Вони надають компаніям нові можливості для аналізу ринку, управління цінами та персоналізації пропозицій, що дозволяє їм залишатися конкурентоспроможними в умовах глобалізованої економіки.

Висновки. Подвійне ціноутворення є важливим інструментом у арсеналі міжнародних компаній, який дозволяє їм адаптуватися до умов різних ринків і максимізувати прибуток. Однак, як і будь-який інший інструмент, воно має свої переваги та недоліки. Для ефективного використання цього підходу необхідно ретельно аналізувати ринки, враховувати місцеві умови та ризики, а також забезпечувати прозорість і справедливість у формуванні цін для споживачів. Модель "бритва та леза" є ефективною стратегією подвійного ціноутворення, яка дозволяє компаніям отримувати стабільні прибутки та формувати лояльність клієнтів. Однак для успішного застосування цього методу важливо ретельно враховувати всі можливі ризики та адаптувати стратегію до специфіки ринку і поведінки споживачів та використовувати інформаційні технології для щоб оптимізувати свої доходи, адаптуватися до специфіки різних ринків і задовольняти потреби споживачів у різних регіонах. Використання даного підходу дозволить компаніям бути конкурентоспроможними на глобальному ринку.

Список літератури

- Li S., Wang Y. Dynamic Pricing and Price Discrimination: New Insights from Machine Learning. *Journal of Marketing Research*, 2020. Т. 57, № 3. Р. 456-472.
- Brown S., Black D. K. The Impact of Dual Pricing Strategies on Market Entry and Competition. *International Journal of Industrial Organization*, 2021. Т. 74. Р. 104-123.
- Roberts E., Smith J. Consumer Perceptions and Reactions to Dual Pricing: Evidence from Online Retail. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2022. Т. 64. С. 128-137.
- Müller A., White O. Dual Pricing and its Effect on International Trade: A New Theoretical Framework. *World Economy*, 2023. Т. 46, № 1. Р. 45-62.

- Черняк В. В. Двостороннє ціноутворення як основа стратегії маркетингових комунікацій. *Наукові праці з економіки*, 2020. Т. 3, № 1. Р. 25-38.
- Савченко А. О. Методи подвійного ціноутворення в контексті сучасної економіки. *Журнал економічних досліджень*, 2019. Т. 8, № 4. Р. 72-88.
- Петрова Ю. І. Стратегії ціноутворення: подвійне ціноутворення та його застосування у виробничій сфері. *Вісник економічних наук*, 2021. Т. 6, № 1. Р. 45-57.
- Kaplan A. M., Haenlein M. Pricing Strategies in the Digital Economy: Razor-and-Blades Model and Beyond. *Journal of Business Strategy*, 2020. Vol. 41, No. 3. P. 12-29.
- Rao V. Pricing Strategies for New and Mature Products: Dual Pricing and Its Effects. *Journal of Marketing Research*, 2018. Vol. 55, No. 4. P. 78-91.
- Varian H. R. *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach*. W.W. Norton & Company, 2020. P. 213-229.

References (transliterated)

- Li S., Wang Y. Dynamic Pricing and Price Discrimination: New Insights from Machine Learning [Dynamic Pricing and Price Discrimination: New Insights from Machine Learning]. *Journal of Marketing Research* [Journal of Marketing Research], 2020. Т. 57, no 3. pp. 456-472.
- Brown S., Black D. K. The Impact of Dual Pricing Strategies on Market Entry and Competition [The Impact of Dual Pricing Strategies on Market Entry and Competition]. *International Journal of Industrial Organization* [Journal of Marketing Research], 2021. Т. 74. P. 104-123.
- Roberts E., Smith J. Consumer Perceptions and Reactions to Dual Pricing: Evidence from Online Retail [Consumer Perceptions and Reactions to Dual Pricing: Evidence from Online Retail]. *Journal of Retailing and Consumer Services* [Journal of Retailing and Consumer Services], 2022. Vol. 64. pp 128-137.
- Müller A., White O. Dual Pricing and its Effect on International Trade: A New Theoretical Framework [Dual Pricing and its Effect on International Trade: A New Theoretical Framework]. *World Economy* [World Economy], 2023. Vol. 46, no 1. pp. 45-62.
- Cherniak V. V. Dvostoronnie tsinoutvorennia yak osnova stratehii marketynhovykh komunikatsii. [Two-way pricing as the basis of a marketing communications strategy] *Naukovi pratsi z ekonomiky* [Scientific works in economics], 2020. Т. 3, no 1. pp. 25-38.
- Savchenko A. O. Metody podviinoho tsinoutvorennia v konteksti suchasnoi ekonomiky [Dual pricing methods in the context of the modern economy]. *Zhurnal ekonomichnykh doslidzen* [Journal of Economic Research], 2019. Vol. 8, no 4. P. 72-88.
- Petrova Yu. I. Stratehii tsinoutvorennia: podviine tsinoutvorennia ta yoho zastosuvannia u vyrobnychii sferi [Pricing strategies: dual pricing and its application in the manufacturing sector]. *Visnyk ekonomichnykh nauk* [Bulletin of economic sciences], 2021. Vol. 6, no 1. pp. 45-57.
- Kaplan A. M., Haenlein M. Pricing Strategies in the Digital Economy: Razor-and-Blades Model and Beyond [Pricing Strategies in the Digital Economy: Razor-and-Blades Model and Beyond]. *Journal of Business Strategy* [Journal of Business Strategy], 2020. Vol. 41, no. 3. pp. 12-29.
- Rao V. Pricing Strategies for New and Mature Products: Dual Pricing and Its Effects [Strategies for New and Mature Products: Dual Pricing and Its Effects]. *Journal of Marketing Research* [Journal of Marketing Research], 2018. Vol. 55, no. 4. pp. 78-91.
- Varian H. R. *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach*. W.W. [Intermediate Microeconomics: A Modern Approach. W.W.] Norton & Company, 2020. pp. 213-229.

Надійшла (received) 07.08.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Васильцова Світлана Олександрівна (Vasylytsova Svitlana) – кандидат економічних наук, доцент, кафедра економіки і маркетингу Національного технічного університету «Харківського політехнічного інституту»; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3750-9922>; e – mail: Svitlana.Vasylytsova@khp.edu.ua

Гасюк Максим Олександрович (Hasiuk Maksim) – здобувач, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; кафедри «Економіки та маркетингу», м. Харків, Україна, ORCID: 0000-0002-2065-2415; e-mail: maksimafom@gmail.com.

*I. А. ЮР'ЄВА***ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ В КОНТЕКСТІ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ТА ДІАГНОСТИКИ КРИЗОВОГО СТАНУ**

Сучасні економічні процеси значною мірою залежать від ефективності податкової політики, яка є одним із основних інструментів регулювання фінансової стабільності держави. Необхідність в дослідженні сучасних особливостей оподаткування в контексті фінансової безпеки та діагностики кризового стану є надзвичайно важливим для забезпечення сталого економічного розвитку, підвищення рівня добробуту населення та запобігання кризовим явищам. У статті розглянуто теоретичні аспекти фінансової безпеки та методи її діагностики. Детально проаналізовано особливості податкової політики в умовах кризових ситуацій та вплив податкових новацій на фінансову стабільність. На завершення запропоновано заходи щодо оптимізації податкового навантаження, що сприятиме підвищенню ефективності податкового адміністрування та забезпеченню фінансової безпеки держави. Практична значимість роботи полягає у формуванні рекомендацій щодо покращення податкової політики, що сприятиме зміцненню фінансової стабільності країни та зниженню ризиків виникнення кризових явищ. При дослідженні механізмів підвищення фінансової безпеки через податкову політику запропоновано ряд податкових стимулів для підтримки галузей, які є критично важливими для національної безпеки. Комплексний аналіз взаємозв'язків: аналіз кореляцій між податковими та макроекономічними показниками. Таким чином, дослідження питань оподаткування в контексті фінансової безпеки є надзвичайно важливим для забезпечення сталого економічного розвитку, підвищення рівня добробуту населення та запобігання кризовим явищам, що визначає актуальність даної теми.

Ключові слова: підходи; ефективність; моделі; типи; оподаткування; фінансова безпека; податкова політика; кризовий стан; фінансова стабільність; діагностика кризи; економічна безпека; податкове навантаження; фінансова криза; антикризові заходи; податкове адміністрування; податкові реформи; фінансовий моніторинг; державні фінанси; бюджетна стабільність; фінансові ризики; бюджетна безпека; податкова безпека; методи; підходи; рівень; загрози; механізм аналізу ризиків; система

*I. YURYEVA***FEATURES OF TAXATION IN THE CONTEXT OF FINANCIAL SECURITY AND DIAGNOSIS OF THE CRISIS STATE**

Modern economic processes largely depend on the effectiveness of tax policy, which is one of the main instruments for regulating the financial stability of the state. Studying the modern features of taxation in the context of financial security and the diagnosis of crisis conditions is vital for ensuring sustainable economic development, improving the population's welfare, and preventing crisis phenomena. The article examines the theoretical aspects of financial security and methods for its diagnosis. Furthermore, it analyzes the peculiarities of tax policy in crises and the impact of tax innovations on economic stability. Finally, measures are proposed to optimize the tax burden, which will enhance the efficiency of tax administration and ensure the state's financial security. The practical significance of the work lies in forming recommendations for improving tax policy, which will contribute to strengthening the country's economic stability and reducing the risks of crisis phenomena. In the study of mechanisms for improving financial security through tax policy, a number of tax incentives are proposed to support industries that are critical to national security. Comprehensive analysis of relationships: analysis of correlations between tax and macroeconomic indicators. Thus, the study of taxation issues in the context of financial security is extremely important for ensuring sustainable economic development, improving the welfare of the population and preventing crises, which determines the relevance of this topic.

Keywords: approach; efficiency; model; type; taxation; financial security; tax policy; crisis state; financial stability; crisis diagnostics; economic security; tax burden; financial crisis; anti-crisis measures; tax administration; tax reforms; financial monitoring; public finance; budget stability; financial risks; budget security; tax security; methods; approaches; level; threats; risk analysis mechanism; system

Вступ. Оподаткування є однією з найважливіших функцій держави. Воно спрямоване на забезпечення доходів бюджету, регулювання економічної діяльності та стимулювання розвитку економіки. У контексті фінансової безпеки важливо не лише забезпечувати стабільні надходження до бюджету, але й уникати негативних наслідків, що можуть виникати у випадку надмірного податкового тиску на бізнес і населення. Зростаючі загрози економічній нестабільності, особливо в умовах кризових явищ, зумовлюють необхідність детальної діагностики фінансового стану держави та пошуку шляхів оптимізації податкового навантаження. В Україні оподаткування підприємств здійснюється відповідно до Податкового кодексу України. Податковий кодекс передбачає різні системи оподаткування для різних видів діяльності.

Актуальність дослідження особливостей оподаткування в контексті фінансової безпеки та діагностики кризового стану зумовлена низкою чинників, які мають вагомe значення для сучасної економіки. По-перше, фінансова стабільність держави значною мірою залежить від ефективності податкової системи, яка забезпечує надходження до бюджету та

можливість реалізації соціальних і економічних програм. З іншого боку, нераціональна податкова політика може призводити до значних дисбалансів у фінансовій системі, зростання боргового навантаження, відтоку капіталу та загострення соціально-економічних проблем.

Постановка завдання. Зробити аналіз досвідченості питання оподаткування в контексті фінансової безпеки та фінансових та діагностики кризового стану. Також необхідно визначити об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження є фінансова система держави в умовах кризових явищ, зокрема, процеси та явища, що впливають на її стабільність та безпеку, зокрема врахування податкових питань. Предметом дослідження є особливості податкового регулювання та механізми забезпечення фінансової безпеки, а також методи діагностики кризового стану та їх вплив на фінансову стабільність держави.

Аналіз стану питання.

Теоретичні та практичні питання сучасних підходів в дослідженні надають теоретичну та методологічну базу для вивчення впливу податкової політики на

фінансову безпеку та діагностику кризових станів аналізували закордонні та вітчизняні вчені: А. Лаффер, який досліджував вплив податкових ставок на економічну активність та доходи бюджету (крива Лаффера), Дж. Б'юкенен – аналізував вплив податкового регулювання на суспільний вибір та політичну економію, Р. Масгрейв і П. Масгрейв – розробили теорію державних фінансів, що включає питання оптимального оподаткування та його впливу на економічну рівновагу, Й. Шумпетер – досліджував вплив податкової політики на економічний розвиток та фінансові кризи, Віталій Мельничук, Василь Опарін, Тетяна Заяц – вивчали питання фінансової безпеки України та її залежність від податкової політики. В. Геєць – аналізував структурні особливості економічної кризи та її вплив на фінансову безпеку держави. Д. Норт розглядав роль інституцій та інституційних змін у забезпеченні економічної стабільності, включаючи податкові аспекти. Також значний внесок є в роботах Ф.Бутинця, А. Крисоватого, О.Сидоровича та інші.

Існуючі методи розв'язання задачі.

Для аналізу теоретичних та практичних завдань, пов'язаних із особливостями оподаткування в контексті фінансової безпеки та діагностики кризового стану, використовують різноманітні методи дослідження. Основні з них включають економіко-математичне моделювання, регресійний аналіз, який використовується для оцінки впливу податкових змін на економічні показники (ВВП, доходи бюджету), статистичні методи та системний підхід.

Мета роботи. Головною метою є дослідження та аналіз особливостей оподаткування в умовах фінансової кризи та визначення їх впливу на фінансову безпеку держави. Дослідження етапів та індикаторів кризового стану, які можуть слугувати основою для розробки антикризових заходів.

Постановка задачі. В аналізі питання передбачається визначення конкретних наукових і практичних проблем, які необхідно вирішити для досягнення цілей дослідження. Задачі включають аналіз теоретичних основ фінансової безпеки та оподаткування.

Результати дослідження.

В умовах економічної нестабільності, спричиненої як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками, такими як глобальні фінансові кризи, пандемії, військові конфлікти необхідна своєчасна діагностика кризових явищ та оперативне реагування з боку держави шляхом оптимізації податкових механізмів. Це дозволяє знизити ризики для національної економіки та створити передумови для подальшого стабільного розвитку, дослідити основні підходи до визначення фінансової безпеки держави та її залежність від податкової політики, вивчити наукові концепції, які пояснюють взаємозв'язок між податковим навантаженням і фінансовою стабільністю. Наведемо кілька ключових понять дослідження. Фінансову безпеку, як явище у сфері безпеки, слід вивчати як ціле, відносно самостійне, що включає ряд явищ меншого масштабу, з іншого – ціле – безпосередню частину більшого явища, що відчуває його вплив і впливає на нього; нова якість цілого в порівнянні із звичайною

сумою його частин виникає завдяки структурі, що представляє спосіб поєднання і взаємозв'язку компонентів фінансової безпеки, що входять до неї. Погроза - це такий розвиток подій, дія (бездіяльність), у результаті яких з'являється можливість або підвищується ймовірність порушення нормального функціонування підприємства і недосягненням їм своїх цілей, зокрема нанесення підприємству будь-якого виду збитку. Для кожного підприємства "зовнішні" і "внутрішні" погрози суцільно індивідуальні.

Ризик - це ведення діяльності в умовах невизначеності або ж взагалі сама невизначеність умов і результатів діяльності, а погроза - це вже цілком певне негативний розвиток подій.

Під механізмом антикризового управління слід розуміти сукупність засобів та методів впливу на об'єкт управління - кризові явища. Основними принципами, на яких ґрунтується механізм антикризового управління, визнаються: принцип опори на антикризову свідомість - розуміння негативних наслідків виникнення та поглиблення кризи для усіх суб'єктів антикризового процесу; найважливішими характеристиками свідомості є інтереси, цінності та мотиви діяльності, від яких залежить досягнення поставленої мети; принцип антикризової мотивації діяльності - його суть полягає в переважному використанні засобів мотивації, спрямованих на розв'язання кризових проблем; адміністративні або організаційні заходи не підкріплені економічною та морально-етичною мотивацією, як правило, неефективні; принцип упередженості в розв'язанні проблем - швидкість поглиблення кризових явищ на певному етапі виходить з-під контролю, зміни стають незворотними, тому механізм антикризового управління має бути орієнтованим насамперед на запобігання виникненню та поглибленню кризових явищ; принцип багатоваріантності розробки можливих антикризових процедур з врахуванням фактору невизначеності й ризику реалізації окремих планових заходів, необхідність розробки альтернативних заходів обумовлюється, по-перше, їх можливою не результативністю, по-друге, ймовірністю змін у зовнішньому оточенні, внутрішньому потенціалі, ціле визначенні власників підприємства, внаслідок чого розроблений варіант антикризових дій буде визнаний як недоцільний або неможливий для реалізації; принцип реалістичності в оцінці ситуації, успіхів або невдач, які мають місце; оцінюючи можливість подолання кризи необхідно спиратися на об'єктивну реальність. Інформація про будь-які позитивні зрушення, які мають місце і є результатом діагностики антикризових заходів.

Основна ідея А. Лаффера "крива Лаффера", який є одним із провідних економістів, що досліджував взаємозв'язок між рівнем податкових ставок та податковими надходженнями до державного бюджету. полягає в тому, що існує оптимальна ставка оподаткування, яка максимізує податкові надходження. Наведемо формулювання кривої: якщо податкова ставка занадто висока, це може стримувати економічну активність, знижувати стимул до інвестування і праці, що в результаті призводить до

зменшення податкових надходжень. Якщо ж ставка занадто низька, бюджет також недоотримає необхідні кошти. Застосування цієї аксіоми на практиці, полягає у тому, що важливим є знаходження балансу для уникнення економічного спаду або стимулювання "тіньової" економіки. По-друге, це вплив податкової політики на економічну активність. Дослідження Лаффера, а також інших економістів, свідчать про те, що податкова політика може мати значний вплив, як позитивний так і негативний на економічну активність, рівень зайнятості, інвестиційний клімат, а також загальний рівень добробуту населення. Позитивний вплив це зниження податків на інвестиції та підприємництво, що може стимулювати розвиток бізнесу, створення нових робочих місць та збільшення економічної активності. Негативний вплив полягає у надмірному оподаткуванні, що навпаки, може призвести до "відтоку" капіталу, зниження рівня інвестицій та збільшення безробіття. По-третє, фінансова безпека та податкова політика країни залежить від стабільності надходжень до бюджету, що забезпечується ефективною податковою політикою. А з точки зору діагностики кризових станів, важливо виявляти "червоні прапорці", які свідчать про надмірне навантаження на економіку через податки. Це можуть бути, наприклад, високий рівень податкових боргів, зниження темпів зростання ВВП, зростання дефіциту бюджету. Необхідно використовувати інструменти діагностики, такі як застосування макроекономічних індикаторів, аналізу державного боргу та бюджетного дефіциту, порівняльний аналіз з іншими країнами. Українські науковці також активно досліджують питання впливу податкової політики на фінансову стабільність та безпеку. Вони акцентують увагу на специфічних проблемах, які характерні для української економіки, наприклад це тіньова економіка зі значним її рівнем, що постає серйозним викликом для податкової політики. Вчені досліджують методи зниження "тінізації" економіки, такі як стимулювання добровільної сплати податків, створення умов для легалізації бізнесу. Інший аспект, це проблеми фіскальної дисципліни такий, як недостатня фіскальна дисципліна, що призводить до зниження ефективності податкової системи. Недатна фіскальна дисципліна є однією з основних проблем, що суттєво впливає на ефективність податкової системи та загальний економічний розвиток країни.

Основні проблеми недостатньої фіскальної дисципліни полягають у неефективному використанні бюджетних коштів. Недатна фіскальна дисципліна часто призводить до неефективного розподілу та витрачання державних коштів. Це проявляється у неефективних державних програмах при виділенні коштів на проекти, які не приносять очікуваних результатів або є малоефективними. Недатний контроль за витратами може створювати умови для корупції, коли бюджетні кошти використовуються не за призначенням. Неєфективне управління державними фінансами часто призводить до хронічного дефіциту бюджету, що зумовлює необхідність покриття дефіциту за рахунок запозичень. Постійний дефіцит бюджету змушує уряд збільшувати внутрішні та

зовнішні запозичення, що призводить до накопичення державного боргу. Це може створити серйозні проблеми для економіки, адже значна частина бюджетних коштів йде на обслуговування боргу. Нестача внутрішніх ресурсів для покриття дефіциту бюджету змушує країну звертатися до міжнародних фінансових організацій, таких як МВФ чи Світовий банк, що може обмежувати суверенітет у прийнятті економічних рішень. Неєфективна податкова адміністрація призводить до втрат значної частини потенційних податкових надходжень. Відсутність ефективного контролю призводить до збільшення випадків ухилення від сплати податків. Бюрократичні перепони та корупція в податкових органах знижують ефективність збору податків. Недатна фіскальна дисципліна сприяє зростанню "тіньової" економіки, оскільки компанії та фізичні особи намагаються уникати надмірного податкового навантаження. Значна частина економічної активності проходить поза межами офіційної економіки, що призводить до значних втрат для державного бюджету. Недатна фіскальна дисципліна часто проявляється у слабкому фінансовому плануванні, що призводить до неспроможності уряду забезпечувати стабільне фінансування державних програм та проектів. Відсутність чітких планів і прогнозів щодо державних витрат призводить до виникнення "незапланованих" бюджетних дірок, які потребують термінового перекриття за рахунок зменшення фінансування інших, часто критично важливих, статей бюджету. Відсутність прогнозування та планування призводить до загальної фінансової нестабільності, що може відштовхувати інвесторів і створювати негативний економічний клімат. Шляхи вирішення проблем фіскальної дисципліни це запровадження сучасних методів управління державними фінансами, таких як програмно-цільовий метод бюджетування, запровадження електронного уряду та автоматизованих систем контролю за витратами, реформа податкової системи та спрощення податкового законодавства для зменшення бюрократії, підвищення прозорості та ефективності роботи податкових органів; зменшення рівня "тіньової" економіки, стимулювання легалізації підприємницької діяльності через зменшення податкового навантаження та спрощення реєстраційних процедур; застосування більш жорстких санкцій за ухилення від сплати податків. Підвищення прозорості використання бюджетних коштів передбачають відкритий доступ громадян до інформації про бюджет та витрати; залучення громадських організацій до контролю за витратами.

В результаті дослідження впливу податкової політики на економічну стабільність було проаналізовано вплив змін податкових ставок на основні економічні показники (ВВП, рівень інфляції, зайнятість, доходи бюджету) та визначено оптимальний рівень податкового навантаження, який сприяє фінансовій стабільності держави, було зазначено необхідність проведення оцінки ефективності податкової політики в умовах кризових явищ з дослідженням ефективності різних податкових інструментів (мінімізація негативних наслідків

фінансових криз). Для розробки критеріїв для оцінки впливу податкової політики на економічну безпеку в умовах кризи виявлена необхідність аналізу діагностики кризового стану фінансової системи де визначаються ключові індикатори, які свідчать про наближення фінансової кризи (наприклад, дефіцит бюджету, зростання державного боргу, зниження податкових надходжень) з розробленням методики для раннього виявлення фінансової кризи на основі податкових показників. Дослідження механізмів підвищення фінансової безпеки через податкову політику передбачає вивчення можливості використання податкових пільг та стимулів для стабілізації економіки в кризових умовах, розроблення рекомендацій щодо оптимізації податкової політики для зниження ризиків фінансової нестабільності. Проведений порівняльний аналіз податкових систем різних країн розглядається в контексті проведення аналізу податкових моделей, які успішно забезпечують фінансову безпеку в умовах економічної нестабільності, виявлення кращих практик та можливостей їх адаптації для національної податкової системи із розробкою рекомендацій щодо вдосконалення податкової політики та обґрунтування напрямів реформування податкової системи з метою підвищення її адаптивності до кризових умов, запропонованням заходів щодо підвищення ефективності податкового адміністрування та покращення прозорості податкової системи. В результатах дослідження виявлена необхідність також оцінити ризики та загрози податковій безпеці, визначити основні ризики, які можуть негативно впливати на фінансову безпеку держави через податкову систему, розробити механізми управління ризиками та мінімізації їх впливу на економіку, полягає у наступному. Розробка механізмів управління ризиками та мінімізації їх впливу на економіку є важливим аспектом для забезпечення стабільного розвитку підприємств та національної економіки в цілому. Наведемо ключові етапи і механізми, які можуть бути використані. Перший етап полягає в ідентифікації ризиків. Другий в аналізі навколишнього середовища та вивченні його зовнішніх і внутрішніх факторів, які можуть спричинити ризики (економічні, політичні, технологічні). Третій етап оснований на методах опитувань та інтерв'ю, при якому відбувається збір інформації від працівників, експертів, і клієнтів для визначення можливих ризиків. Четвертий етап - це оцінка ризиків, яка поділяється на кількісну та якісну оцінки, визначення ймовірності настання ризиків та їх потенційного впливу на підприємство або економіку. А також створення матриці ризиків, де наводиться візуалізація ризиків за ступенем їх серйозності та ймовірності. П'ятий етап полягає в управлінні ризиками як то: програма уникнення ризиків, зміна або скасування проєктів, які несуть високий ризик, зменшення ризиків щодо впровадження заходів для зменшення ймовірності настання ризиків або їх наслідків (наприклад, впровадження нових технологій, підвищення кваліфікації працівників). Можлива передача ризиків за допомогою страхування або укладання договорів, які дозволяють перенести

частину ризиків на інші організації. І на останнє, це прийняття ризиків. У випадках, коли ризики є допустимими, підприємство може прийняти їх, закладаючи відповідні резерви. Шостий етап: моніторинг та контроль ризиків з регулярними перевітками, проведенням аудиту та оцінки ризиків на постійній основі. Для цього застосовується використання програмного забезпечення, впровадження спеціалізованих систем для моніторингу ризиків і їх аналізу. Етап пов'язаний із розробкою плану дій, короткострокових та довгострокових стратегій, плану реагування на ризики, створення детальних планів для реагування на різні сценарії ризиків, що можуть виникнути. При цьому відбуваються навчання та тренінги, регулярні підвищення кваліфікації, навчання для персоналу щодо управління ризиками, співпраця та комунікація із залученням всіх зацікавлених сторін: співпраця з усіма учасниками процесу, включаючи постачальників, клієнтів, і державні органи. Потрібна відкритість у комунікації, поширення інформації про ризики і способи їх управління серед працівників і партнерів. Останній етап передбачає використання нових технологій, аналіз даних та прогностичні моделі: Використання великих даних та аналітики для прогнозування ризиків і розробки стратегій їх управління, запровадження інноваційних рішень, впровадження нових технологій для зменшення ризиків (автоматизація процесів, використання блокчейн-технологій). Отже, управління ризиками є безперервним процесом, що вимагає постійного вдосконалення та адаптації до змінюваних умов.

Запропоновано дієву систему управління податковими ризиками, яка включає моніторинг та оцінку ризиків, а також розробку превентивних заходів для їхнього мінімізації. Проведено порівняльний аналіз податкових систем країн ЄС та США, теоретичну модель взаємозв'язку між рівнем податкового навантаження та фінансовою стабільністю національної економіки, що дозволило виділити найефективніші податкові інструменти для забезпечення фінансової стабільності. Встановлено, що зниження податкових ставок на окремі види діяльності в короткостроковій перспективі може призвести до зростання податкових надходжень за рахунок збільшення економічної активності, що є критерієм оцінки ефективності податкових стимулів у контексті їхнього впливу на відновлення економіки після кризи та надані комплексні рекомендації щодо податкових реформ, спрямованих на оптимізацію податкового навантаження та зниження ризиків фінансової нестабільності. Запропонована нова методика діагностики кризового стану фінансової системи на основі комплексного аналізу податкових та макроекономічних показників полягає у наступному. Методика діагностики кризового стану фінансової системи на основі комплексного аналізу податкових та макроекономічних показників може включати наступні етапи: визначення ключових показників із ідентифікацією основних податкових та макроекономічних показників, які впливають на стабільність фінансової системи. Це можуть бути,

наприклад, обсяги податкових надходжень, рівень ВВП, інфляція, рівень безробіття, державний борг тощо. По друге, це збір та обробка даних. Збір даних по визначеним показникам за певний період. Це можуть бути як статистичні дані, так і прогностичні оцінки. Важливо також враховувати регіональні особливості. По-третє: аналіз динаміки показників. Виконання аналізу змін кожного з показників протягом часу. Це може включати побудову графіків, розрахунок середніх значень, відсоткових змін тощо. Визначення того, як зміни в одному з показників можуть впливати на інші. Наприклад, як зміна в рівні податкових надходжень впливає на ВВП або інфляцію.

Оцінка ризиків: ідентифікація потенційних ризиків, які можуть виникнути внаслідок негативних змін у показниках. Наприклад, зниження податкових надходжень може свідчити про зростання тіньової економіки або зменшення споживчого попиту. Формування висновків. На основі проведеного аналізу формулювання висновків щодо стану фінансової системи. Визначення потенційних кризових явищ та рекомендації щодо їх подолання. Моніторинг та коригування. Адаптація методики діагностики залежно від нових економічних умов і змін у законодавстві. Розроблена методика дозволяє більш точно оцінити кризовий стан фінансової системи та вжити заходів для його стабілізації.

Ці результати дозволяють не лише поглибити розуміння теоретичних аспектів податкової політики в контексті фінансової безпеки, але й розробити практичні рекомендації для покращення фінансової стабільності та ефективного управління кризовими ситуаціями із проведенням ідентифікації ключових ризиків для податкової безпеки, серед яких: зростання тіньової економіки, ухилення від сплати податків, зниження ефективності податкового адміністрування.

Висновки. Результати дослідження за визначеними задачами в статті відображають досягнення поставлених цілей та розв'язання основних проблем, пов'язаних з особливостями оподаткування в контексті фінансової безпеки та діагностики кризового стану. При аналізі теоретичних основ фінансової безпеки та оподаткування визначено основні фактори впливу податкової політики на фінансову безпеку держави. Досліджено вплив податкової політики на економічну стабільність - проведено регресійний аналіз, який підтвердив наявність нелінійної залежності між податковими ставками та економічним зростанням, що відповідає концепції кривої Лаффера. Зроблено оцінку ефективності податкової політики в умовах кризових явищ: виявлено, що застосування тимчасових податкових пільг у період економічної кризи сприяє підтримці малого та середнього бізнесу, що є

важливим для збереження зайнятості. В діагностиці кризового стану фінансової системи ідентифіковано основні індикатори, які свідчать про наближення фінансової кризи, серед яких: зростання дефіциту бюджету, підвищення державного боргу, зниження рівня податкових надходжень. Розроблено рекомендації щодо вдосконалення податкової політики з оцінкою ризиків та загроз податковій безпеці.

Список літератури

1. Податковий кодекс України від 02.12.10 р. № 2755-VI [Електронний ресурс] – <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. Офіційний веб-сайт Міністерства фінансів України. URL: [Електронний ресурс] <http://www.mof.gov.ua/>
3. Основи оподаткування: навч. посіб./ А.І.Крисоватий, О.Ю.Сидорович - Тернопіль: ТНЕУ, 2012. - 234с.
4. Економічний аналіз: навчальний посібник / Ф.Ф. Бутинець. – Житомир, 2003. – 680 с.
5. Історія податків та оподаткування в Україні: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ф. О. Ярошенко, В. В. Павленко, В. П. Павленко; за заг. ред. А. М. Подоляки. — К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2012. — 416 с.
6. Laffer Arthur B. The Laffer curve: Past, Present, and Future [Електронний ресурс] / Arthur B. Laffer // The Heritage Foundation. – 2004. – No. 1765. – 18 p.
7. Безоглюк, В. А. Окремі аспекти оподаткування податком на додану вартість [Текст] / В. А. Безоглюк, Л. І. Жідеєва // Вісн. ДДФА. – 2012. – № 1 (27). – С. 142–145
8. Хомутенко В. П. Ідентифікація суб'єктів господарювання як платників податків / А. В. Хомутенко, В. П. Хомутенко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2014. – № 2. – С. 35-50.
9. Калінеску Т.В. Адміністрування податків.: навч. посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2013 - 290с.

References (transliterated)

1. Podatkoviy kodeks Ukrainy vid 02.12.10 r. № 2755-VI [Elektronnyi resurs] – <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. Ofitsiyniy veb-sait Ministerstva finansiv Ukrainy. URL: [Elektronnyi resurs] <http://www.mof.gov.ua/>
3. Osnovy opodatkuvannia: navch. posib./ A.I.Krysovatiy, O.Iu.Sydorovykh - Ternopil: TNEU, 2012. – 234 p.
4. Ekonomichnyi analiz: navchalnyi posibnyk / F.F. Butynets. – Zhytomyr, 2003. – 680 p.
5. F. O. Yaroshenko Istoriiia podatkiv ta opodatkuvannia v Ukraini [History of taxes and taxation in Ukraine]: navch. posib. dlia stud. vishch. navch. zakl. / F. O. Yaroshenko, V. V. Pavlenko, V. P. Pavlenko; za zah. red. A. M. Podoliaky. — Kiev: DP «Vyd. dim «Personal», 2012. — pp. 416
6. Laffer Arthur B. The Laffer curve: Past, Present, and Future [Elektronnyi resurs] / Arthur B. Laffer // The Heritage Foundation. – 2004. – No. 1765. – 18 p.
7. Bezohliuk, V. A. Okremi aspekty opodatkuvannia podatkom na dodanu vartist [Certain aspects of value added taxation] [Tekst] / V. A. Bezohliuk, L. I. Zhideeva // Visn. DDFA. – 2012. – no 1 (27). – pp. 142–145
8. Khomutenko V. P. Identyfikatsiia subiektiv hospodariuvannia yak platnykiv podatkiv [Identification of business entities as taxpayers] / A. V. Khomutenko, V. P. Khomutenko // Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen. – 2014. - no 2. – pp. 35-50.
9. Kalinesku T.V. Administruvannia podatkiv [Administration of taxes].: navch. posibnyk. - K.: Tsentrv navchalnoi literatury, 2013 - pp 290

Надійшла (received) 12.08.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Юр'єва Ірина Анатоліївна (Yurueva Irina) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри обліку і фінансів; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8159-7763>; Iryna.Yurueva@kphi.edu.ua

Р.Г. КОЛОНТАЄВСЬКИЙ

ВИВЧЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН: ДОДАТКИ, МАЙБУТНІ РОЗРОБКИ ТА РИЗИКИ

У статті аналізуються застосування технології блокчейн у фінансах, шифруванні та зберіганні даних, охороні здоров'я, оподаткуванні та інших сферах економічного життя. За результатами дослідження визначено основні механізми взаємодії суб'єктів господарювання з використанням технології блокчейн, визначено основні позитивні та негативні сторони застосування цих технологій, а також перспективи та труднощі розвитку інноваційних технологій. Дано оцінку реалізації аналізу впливу технології блокчейн на економічну сферу. Завдяки зусиллям, які роблять фінансові компанії та банки для розвитку фінансового сектора з використанням додатків блокчейн-технологій, очікується, що найближчим часом можна буде спостерігати позитивну динаміку руху капіталу, що росте. У статті приділяється увага використанню технології блокчейн на фінансових ринках. Описано позитивний вплив впровадження новітніх цифрових технологій на якість фінансових послуг. Окреслено існуючі регулюючі настанови щодо використання цифрових технологій загалом та блокчейну зокрема. Проведена оцінка структури фінансування та регіонального поширення технології блокчейн у світі. Приділено увагу питанню поширення блокчейн-індустрії в Україні та даний прогноз щодо потенціалу використання блокчейну на фінансовому ринку. Безпека блокчейну з точки зору того, як вона впливає на безпеку даних і системи.

Ключові слова: блокчейн-технології; інновації; криптовалюта; цифрові технології; фінанси; біткоїн; криптоіндустрія; цифрова економіка; віртуальна валюта; фінансовий ринок; фінансові послуги; безпека блокчейну

R. KOLONTAEVSKY

EXPLORING THE POTENTIAL OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGY: APPLICATIONS, FUTURE DEVELOPMENTS, AND RISKS

The article analyzes the application of blockchain technology in finance, data encryption and storage, health care, taxation and other areas of economic life. Based on the results of the study, the main mechanisms of interaction of business entities using blockchain technology were determined, the main positive and negative sides of the application of these technologies were determined, as well as the prospects and difficulties of the development of innovative technologies. An assessment of the implementation of the analysis of the impact of blockchain technology on the economic sphere is given. Thanks to the efforts made by financial companies and banks to develop the financial sector using blockchain technology applications, it is expected that in the near future we will be able to observe the positive dynamics of the movement of growing capital. The article focuses on the use of blockchain technology in financial markets. The positive impact of the introduction of the latest digital technologies on the quality of financial services is described. The existing regulatory guidelines regarding the use of digital technologies in general and blockchain in particular are outlined. An assessment of the financing structure and regional distribution of blockchain technology in the world was carried out. Attention is paid to the issue of the spread of the blockchain industry in Ukraine and this forecast regarding the potential of using blockchain in the financial market. Blockchain security in terms of how it affects data and system security.

Keywords: blockchain technologies; innovation; cryptocurrency; digital technologies; finance; bitcoin; crypto industry; digital economy; virtual currency; financial market; financial services; blockchain security guard

Вступ. Технологічний розвиток і прогрес зараз відбувається в усьому світі. Розвинені країни знаходять застосування технологіям на найвищому рівні. Однією з найбільш перспективних технологій є блокчейн. Ця інноваційна технологія може забезпечити вирішення багатьох сучасних проблем, забезпечивши формування та функціонування держави.

Сьогодні технологія блокчейн особливо популярна завдяки своєму потенціалу кардинально змінити способи виконання транзакцій, обміну інформацією та перевірки особистих даних. Децентралізація та безпека блокчейну призвели до його впровадження в багатьох галузях, включаючи фінанси, логістику та охорону здоров'я. У цій статті розглядається поточне застосування технології блокчейн, майбутні розробки та потенційні ризики, пов'язані з цією технологією. Технологія блокчейн широко використовується в останні роки, і криптовалюти, такі як біткоїн, наразі є найпопулярнішими програмами. Однак, потенційне застосування технології блокчейн не обмежується цифровими платежами. Управління ланцюгом поставок і логістика - це інші сфери, де можна використовувати технологію блокчейн для безпечного та прозорого відстеження товарів від виробництва до доставки.

Метою статті є визначення місця технології блокчейн в комплексі фінансових інновацій, вивчення потенціалу розвитку технології блокчейн та супутні ризики.

Технологія блокчейн використовується для ідентифікації та аутентифікації, забезпечуючи безпечний і децентралізований спосіб зберігання особистої інформації.

Блокчейн - це технологія, яка використовується для шифрування та зберігання даних, розподілених між кількома комп'ютерами, підключеними до загальної мережі. Записи в блокчейні, виражені у вигляді блоків, пов'язані між собою ключами. Ці блоки являють собою безперервний ланцюжок, що містить всі записи про транзакції. Блокчейн - це свого роду цифровий блокнот, де записи незмінні завдяки унікальному набору алфавітно-цифрових символів, так що при зміні одного символу змінюються й інші блоки. На відміну від традиційних баз даних, ці записи не можуть бути видалені або змінені. Оскільки це технологія розподіленого реєстру, всі транзакції та списки власників зберігаються кількома незалежними користувачами на власних комп'ютерах. Інформація не втрачається у разі виходу з ладу комп'ютера.

Розподілена система реєстру даних доступна всім учасникам мережі. Розглянемо, як блокчейн працює з

цифровою валютою. Інформація може створюватися, переміщуватися і зберігатися поза межами компетенції урядів, фінансових установ і юристів, але всі транзакції записуються і публікуються в блокчейні.

Сьогодні відбувається наступний етап оцифрування, який пов'язаний з поширенням цифрових валют і технологій цифрових валют у світовій економіці.

Розглянемо цифрову валюту та застосування технології блокчейн. Саме в цей період особливої актуальності набуває робота Дона Тапскотта [1], в якій розглядаються перспективи та небезпеки в епоху мережевого інтелекту.

Дон Тапскотт відповідає на єдине питання, яке постає перед кожним далекоглядним лідером та керівником: що нові технології означають для мене та мого бізнесу? Розглядаючи приклади передових організацій, які успішно освоїли нову хвилю інформаційних технологій, Дон Тапскотт показує, як нові технології та бізнес-стратегії змінюють не лише бізнес-процеси, а й спосіб створення продуктів та послуг.

Цифрова економіка також торкається темної сторони інформаційної магістралі. Революція, що відбувається в цій галузі, важлива для всіх підприємств, суспільств і окремих людей в умовах переходу до нової економіки і нового суспільства, заснованого на чесності, справедливості і демократії.

У цій статті ми також розглянемо сфери застосування технології блокчейн. Це сфери, де потрібен високий ступінь захисту і швидкість передачі інформації. Технологія використовується у сфері емісії та функціонування криптовалют і цифрових валют, укладання смарт-контрактів на поставку товарів, в банківській справі для проведення різних фінансових операцій, юридичному секторі, мережевому управлінні. Сьогодні передова технологія блокчейн застосовується в різних сферах людської діяльності. В органах державної влади (при обробці результатів різних референдумів і підрахунку голосів), в діяльності державних і недержавних підприємств.

Це стосується і ідентифікації користувачів, і розробки технологій кібербезпеки.

При обговоренні конкретних сфер застосування технології блокчейн першим, що приходить на думку, - це документообіг. Тут важливою функцією є прозорість, боротьба з корупцією та скорочення бюрократії. Крім того, блокчейн, крім створення захищених каналів зв'язку між державними установами, дозволяє автоматизувати процеси створення, реєстрації та розповсюдження нормативних документів та інформаційних пакетів між установами та в їх внутрішніх структурах. Крім того, можна розглянути можливість перенесення на блокчейн вже існуючої сфери електронних державних послуг, що сприятиме їх ефективності та захищеності.

Ще одне з найпоширеніших застосувань технології блокчейн - це криптовалюта. У сучасному вигляді криптовалюту можна розглядати як інвестицію, можливий актив безпеки. Віртуальні валюти, так би

мовити, з'являються з повітря і надходять на рахунки майнерів. Бухгалтер криптовалюти виконує кілька функцій у блокчейні, щоб гарантувати, що всі транзакції фіксуються в реєстрі, що немає дублікатів і що жоден переказ криптовалюти не здійснюється без запису.

Наразі у світі існує понад 300 криптовалютних проєктів. Найпопулярнішими, окрім Bitcoin, є Ripple, Tether, Litecoin та Dogecoin

Платіжні системи PayPal та Square, а також один з найбільших міжнародних банків JP Morgan, який у 2017 році розробив блокчейн Quorum на базі мережі Ethereum, використовують криптовалютні платежі. Серед найбільших банків світу JP Morgan є найбільш компетентним у питаннях блокчейну. Деякі країни запустили пілотні проєкти зі створення цифрових валют, які працюють на блокчейні. Криптовалюти мають тенденцію до волатильності, деякі монети можуть подвоюватися в ціні за тиждень, але візіонери бачать в них інструмент для масових грошових переказів у своєму стратегічному плануванні.

Незважаючи на те, що криптовалюти не мають "головного" центрального банку, регулятори намагаються контролювати криптоіндустрію у своїх юрисдикціях і зробити їхню діяльність зрозумілою. Однак є й сумні приклади прагнення до систематизації. Наприклад, у 2022 році Китай повністю заборонив криптовалюти на своїй території, в тому числі з метою інвестування. Зарегульованість обґрунтовується тим, що всі транзакції, навіть на публічних блокчейнах, відбуваються між анонімними користувачами. Більш того, якщо шлях криптовалюти можна прорахувати, то ідентифікувати власника гаманця практично неможливо. Особливо у випадку так званого бартеру, коли покупець передає продавцю криптовалюту звичайним переказом, а продавець видає покупцеві реальні гроші. Ця схема є легкою здобичкою для шахраїв.

Однак, блокчейн - це більше, ніж криптоіндустрія.

Наступною сферою застосування технології блокчейн є повністю цифрові та зашифровані смарт-контракти.

Основною відмінністю смарт-контрактів є автоматичний моніторинг і примусове виконання договірних положень.

Як тільки умови виконані, контракт автоматично укладається без будь-яких додаткових дій або юридичних консультацій. Смарт-контракти дають змогу відстежувати весь ланцюжок постачання, зменшуючи або повністю усуваючи можливість підробок та незаконної діяльності.

Одним з найпопулярніших криптоактивів у 2023 році стали NFT (необмінні токени) у формі цифрового мистецтва, які можна придбати на таких маркетплейсах, як OpenSea та Rarible. Простіше кажучи, NFT - це свідоцтва про право власності на цифрове мистецтво (наприклад, фотографії, картини, музику, малюнки). Обсяг торгівлі такими NFT виріс до декількох мільярдів доларів США і, за різними оцінками, до 2025 року сектор NFT становитиме приблизно 20% від загальної капіталізації всієї криптоіндустрії.

Кібербезпека - ще одна тенденція, додатковий напрямок для повноцінного розвитку блокчейну сьогодні. Він може допомагати своїми можливостями запобігати атакам хакерів на автоматизовані системи. У даній сфері технологія буде корисною для випуску віртуальної «зброї», щоб захищати файли, а також запобігати їх видаленню із загальної бази. Хоча технологія блокчейну створює захищений від несанкціонованого доступу реєстр транзакцій, мережі блокчейнів не застраховані від кібератак та шахрайства. Ті, хто має злі наміри, можуть маніпулювати відомими вразливістю в інфраструктурі блокчейну і досягти успіху в різних зломах і шахрайстві протягом багатьох років.

Ще одна життєво важлива сфера, де застосовуються блокчей технології, це сфера охорони здоров'я. У цій сфері технологію блокчейн можна використовувати для створення та керування єдиною базою даних пацієнтів і медичних працівників, враховуючи обсяг доступної інформації та визначення сфери її використання. Очікується, що це дозволить значно знизити цінові витрати, підвищити ефективність надання медичних послуг, зменшити ймовірність лікарських помилок, діагностичних помилок та розбіжностей даних, а також підвищити якість медичного обслуговування в цілому.

Якщо говорити про застосування блокчейну в економіці, то він дозволяє посилити прозорий контроль над процесами документообігу, завдяки чому можливо забезпечити справедливі державні тендери та аукціони.

Використання блокчейну у фінансовому секторі набирає обертів у багатьох країнах.

Це стимулює інноваційні розробки, ця технологія є ключовою для побудови децентралізованих систем P2P Person-to-Person (від людини до людини). Блокчейн вирізняється своєю здатністю забезпечити децентралізовану, високопрозору платформу для компаній та організацій.

Блокчейн також може значно покращити якість фінансової звітності та дотримання нормативних вимог завдяки забезпеченню безпечного і незмінного запису. Після того, як фінансові дані записані в системі блокчейн, їх майже неможливо змінити. Цілісність даних гарантована. Це робить процес аудиту швидшим і надійнішим. В результаті підвищується прозорість і довіра до фінансової звітності компанії.

Ще однією важливою сферою є освіта, де блокчейн може бути застосований для забезпечення роботи постійно оновлюваної системи справедливого іспиту. Крім того, це сприятиме створенню безпечної та відкритої бази даних для дипломів і сертифікатів. Це не тільки допоможе захистити права осіб, залучених до освітніх процесів, але й стане зручним джерелом для потенційних роботодавців.

Дуже важливий економічний сегмент - сфера оподаткування, теж дає змогу для можливості застосування блокчейн. За попередніми оцінками [3], впровадження блокчейну в оподаткування в основному вплине на непрямі податки, оскільки для їх правильного розрахунку потрібна вся інформація про

джерело і подальший рух від першого етапу до кінцевого споживача. Крім того, на думку авторів [4], блокчейн має позитивно впливати на трансфертне ціноутворення, визначаючи правила розподілу прибутку в смарт-контрактах і відповідний розподіл податкових зобов'язань між взаємозалежними учасниками транзакції. Введення несправедливих податків і навмисно спотвореної податкової інформації в блокчейн призведе до того, що недобросовісні платники податків будуть виключені з мережі довірених вузлів блокчейну, що призведе до формування негативної репутації.

Однак, незважаючи на те, що блокчейн має передові технології та широкий спектр застосувань, він також має свої недоліки. В основному це пов'язано з відсутністю розвинутої нормативно-правової бази в більшості країн світу. Як наслідок, регулятори намагаються регулювати блокчейн-транзакції аж до заборони обігу криптовалют (як це зробила, наприклад, влада Китаю). В принципі, регулятори пояснюють свої дії тим, що анонімність транзакцій створює ризик шахрайських схем при обміні цифрових активів на реальні гроші.

Блокчейн є одним з головних трендів останніх років, і його роль і значення, ймовірно, тільки зростатимуть. На блокчейн переходять як фінансові транзакції, так і різноманітні соціальні та економічні проекти. Однак, сам по собі блокчейн не вирішує автоматично всіх проблем. Існує багато різних блокчейнів, і різні команди та розробники можуть використовувати розподілені реєстри для різних цілей. Тому важливо об'єктивно оцінити ризики та наявні альтернативи, щоб максимально ефективно використовувати технологію блокчейн.

До ключових труднощів, з якими можна зіткнутися, належать культурні зміни, недостатньо обґрунтоване зростання продуктивності, низький рівень впровадження, технічні обмеження, відсутність стандартизації, а також питання безпеки та конфіденційності. Зокрема, блокчейн все ще перебуває на початкових стадіях свого розвитку, що ускладнює його стандартизацію. Крім того, існує суперечність між вимогами до швидкості, безпеки та децентралізації у блокчейн-системах. Проблеми із законодавчим регулюванням та необхідність співробітництва між різними учасниками також відіграють важливу роль у процесі впровадження блокчейну та його потенціалу для розвитку національної економіки. До того ж окремі сектори економіки страждають від розрізненості даних, низької швидкості обміну інформацією та відсутності ефективних інструментів взаємодії. Питання безпеки та конфіденційності при впровадженні блокчейну також потребують серйозної уваги у контексті широкого розповсюдження цієї технології.

Ще одним недоліком блокчейну є незворотність транзакцій. Цифрові активи, особливо криптовалюти, також схильні до високої волатильності та ризику повної втрати коштів.

Вважається, що недоліком блокчейн є також висока вартість забезпечення вузлів підтвердження транзакцій і майнерів, які записують блокчейн. Це

найбільш характерно для мережі Bitcoin, яка наразі є найстабільнішою блокчейн-мережею.

Як і все нове, блокчейн викликав палкі дебати між консерваторами і далекоглядними мислителями, які можуть бачити далеко вперед і створювати захоплюючі ідеї для інших, часто йдучи на великий ризик заради досягнення своїх цілей.

Розглянемо перспективи розвитку блокчейн технологій. Це правда, що блокчейну регулярно загрожують технологічні кризи, посилення регулювання в деяких країнах і шахраї з крипто-пірамід. Однак, блокчейн проникає в реальну економіку, хоча і в її цифрову частину. Комерційні банки вже уявляють собі часткову втрату своєї, здавалося б, вічної ролі посередників. Ринок децентралізованих фінансів (DeFi) стрімко розвивається і може скласти конкуренцію класичним банкам. Люди вже інвестують у нові види цифрових активів, такі як аналоги цінних паперів та цифрове мистецтво у вигляді NFT. Понад 100 мільярдів доларів США вже сконцентровано в DeFi-продуктах. Цей успіх неминуче призведе до дефіциту талантів у великих організаціях, які шукають фахівців з блокчейну та програмістів, які знають мову C++, що використовується в мережах.

Останнім часом багато говорять не тільки про використання технології блокчейн у різних галузях і сферах життя, а й про створення глобальної "блокчейн-екосистеми"[5] у контексті глобальної економіки та світової спільноти. Така нова екосистема буде заснована на блокчейні та об'єднає різні зацікавлені сторони на національному та глобальному рівнях. Звичайно, у процесі створення прикладної системи на основі блокчейна належить вирішити безліч проблем, таких як взаємодія між фізичним світом речей і цифровим контекстом, значні інвестиції в розробку блокчейна і пов'язані з ним цифрові інновації, а також створення нових цифрових платформ. Багато з них ще недостатньо добре визначені.

Безпеку блокчейну можна розглядати з точки зору того, як вона впливає на безпеку даних і системи. Нижче наведемо декілька варіантів використання блокчейну для забезпечення безпеки.

Це, насамперед, запобігання шахрайству: блокчейн забезпечує безпеку, перевіряючи і підтверджуючи транзакції перед їх додаванням до блокчейну, гарантуючи, що реєструються лише законні транзакції, запобігаючи шахрайству. Далі розглянемо захист персональних даних: блокчейн захищає персональні дані, зберігаючи їх у зашифрованому та децентралізованому вигляді. Це гарантує, що персональні дані не піддаються кібер атакам. Забезпечення прозорості полягає в тому, що блокчейн надає автентичний запис усіх транзакцій. Це означає, що всі учасники мають доступ до однакової інформації, забезпечуючи прозорість та підзвітність.

Ще слід відмітити, що блокчейн запобігає кібератакам, використовуючи передові технології шифрування для захисту даних. Це ускладнює доступ хакерів до даних у блокчейні та маніпулювання ними. Також блокчейн забезпечує безпеку транзакцій,

перевіряючи та підтверджуючи всі транзакції перед тим, як вони будуть додані до блокчейну. Це гарантує, що транзакції є безпечними і не можуть бути підроблені. Блокчейн підвищує безпеку ланцюга поставок, забезпечуючи прозорий і безпечний запис усіх транзакцій ланцюга поставок. Це забезпечує прозорість і підзвітність, оскільки всі сторони, що беруть участь у ланцюгу поставок, мають доступ до однакової інформації. Водночас, як завжди, нові технології створюють нові виклики для безпеки.

Більшість аспектів технології блокчейн, розглянутих у цій статті, заслуговують на подальше вивчення. Однак, уже зараз не можна заперечувати, що ці технології дуже ефективні та перспективні для світової економіки.

Слід зазначити, що Україна входить до трійки країн світу за використанням криптовалют. Якщо взяти топ компаній в сфері блокчейну чи Web3, можна побачити, що більша частка таких компаній засновані українцями. Ми дійсно дуже глибоко впливаємо на цей ринок. Крім того, зараз в Україні на законодавчому рівні продовжується робота над тим, щоб сприяти розвитку криптобізнесу і я так думаю, у нас як в учасника глобальної індустрії велике майбутнє.

Ми за те, щоб в Україні створювалися свої унікальні tech-продукти, які будуть задавати тренди і змінювати ринок.

Висновки та пропозиції. Сучасні блокчейн – технології - це майбутнє, яке вже насправді розпочинається сьогодні і потребує попередньої підготовки. Це перспективний напрямок розвитку держави та людства в цілому. Таким чином, можна зробити висновок, що сучасні цифрові технології є не лише можливістю, але й необхідністю. Вони дозволяють вирішити глобальні проблеми та піднінуть інститут держави на новий рівень, забезпечивши розвиток усіх сфер. Блокчейн - це безпека, якість та надійність, які так необхідні в сучасному світі. Це також шлях до розвитку і прогресу, якого всі так прагнуть.

Список літератури

1. Tapscott, Don The digital economy: promise and peril in the age of networked intelligence. New York: McGraw-Hill., 1997, 342 p.
2. Tapscott D. & Tapscott A. Blockchain revolution: how the technology behind bitcoin is changing money, business, and the world. Penguin. 2018. 365 p.
3. Горбачук В. М., Сирку А. А., Сулейманов С. Б. Блокчейнові застосування у фінансах. Інфраструктура ринку, 2019, 35. С. 493-499.
4. Карчева Г., Лернатович Р., Кавецький В. Використання технології «блокчейн» як фактор підвищення ефективності фінансової сфери. Банківська справа. 2017. № 2. С. 110-119.
5. Blockchain technology market share forecast worldwide in 2021, by use case. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/982566/worldwide-top-use-cases-blockchain-technology-by-market-share> (дата звернення: 06.04.2024).
6. Волосович С. В. Віртуальна валюта: глобалізаційні виклики і перспективи розвитку. Економіка України. 2016. № 4. С. 68-78.
7. Даньшина Ю. В., Брітченко І. Г. Переваги, можливості та недоліки технології блокчейн // Фінансово-кредитний механізм активізації інвестиційного процесу : збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 10 листопада 2017 р.). Київ : КНЕУ, 2017. С. 106-109.

8. Літошенко А. В. Технологія Блокчейн: переваги та неочевидні можливості використання у різних галузях. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/8_2017/20.pdf (дата звернення: 09.04.2024).
 9. Пантелєєва Н. М. Інноваційна технологія блокчейн у системі управління державними фінансами. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». 2018. Вип. 1. С. 363–369. Чекаловська Г. З., Лось А. А. Сучасні тенденції розвитку блокчейн технологій в Україні. Регіональна економіка та управління. 2019. № 4. Ч. 2. С. 153–157.
 10. Top blockchain use cases 2021 / Statista. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/982566/worldwide-top-use-cases-blockchain-technology-by-market-share> (дата звернення: 12.04.2024).
- References (transliterated)**
1. Tapscott, Don The digital economy: promise and peril in the age of networked intelligence. New York: McGraw-Hill., 1997, 342 p.
 2. Tapscott D. & Tapscott A. Blockchain revolution: how the technology behind bitcoin is changing money, business, and the world. Penguin. 2018. 365 p.
 3. Gorbachuk V. M., Sirku A. A., Sulejmanov S. B. Blokchejni zastosuvannya u finansah. Infrastruktura rinku, 2019, 35. S. 493-499.
 4. Karcheva G., Lernasovych R., Kaveckij V. Viktoristannya tehnologiyi «blokchejn» yak faktor pidvishennya efektyvnosti finansovoyi sferi. Bankivska sprava. 2017. № 2. S. 110–119.
 5. Blockchain technology market share forecast worldwide in 2021, by use case. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/982566/worldwide-top-use-cases-blockchain-technology-by-market-share> (data zvernennya: 06.04.2024).
 6. Volosovich S. V. Virtualna valyuta: globalizacijni vikliki i perspektivi rozvitku. Ekonomika Ukraini. 2016. № 4. S. 68–78.
 7. Danshina Yu. V., Britchenko I. G. Perevagi, mozhlivosti ta nedoliki tehnologiyi blokchejn // Finansovo-kreditnij mehanizm aktivizaciyi investicijnogo procesu : zbirnik materialiv III Mizhnarodnoyi naukovopraktichnoyi konferenciyi (m. Kiyiv, 10 listopada 2017 r.). Kiyiv : KNEU, 2017. S. 106–109.
 8. Litoshenko A. V. Tehnologiya Blokchejn: perevagi ta neochevidni mozhlivosti vikoristannya u riznih galuzyah. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/8_2017/20.pdf (data zvernennya: 09.04.2024).
 9. Pantyelyeyeva N. M. Innovacijna tehnologiya blokchejn u sistemi upravlinnya derzhavnimi finansami. Naukovij visnik Uzhgorodskogo universitetu. Seriya «Ekonomika». 2018. Vip. 1. S. 363–369. Chekalovska G. Z., Los A. A. Suchasni tendenciyi rozvitku blokchejn tehnologij v Ukraini. Regionalna ekonomika ta upravlinnya. 2019. № 4. Ch. 2. S. 153–157.
 10. Top blockchain use cases 2021 / Statista. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/982566/worldwide-top-use-cases-blockchain-technology-by-market-share> (data zvernennya: 12.04.2024)

Надійшла (received) 14.08.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Колонтаєвський Роман Геннадійович (Kolontaevsky Roman) - Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; аспірант; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-5510-3505>; e-mail: roman.kolontaievskyi90@gmail.com

BAKO TAMAS**MAPPING THE SOCIAL INNOVATION ACTIVITIES OF SMES AND IDENTIFYING HINDERING AND SUPPORTING FACTORS FOR INTENSIFYING THESE ACTIVITIES**

Attempts to define and conceptualize social innovation have been presented in various studies, leading to academic disagreement regarding the scope of the concept. From the European Union's policy perspective, the concepts of social entrepreneurship and social innovation are significant because they respond to the cohesion needs of a given society, serving as objectives for both public policy and civil society initiatives. Corporate social responsibility (CSR) has been defined differently by various researchers. While CSR is a corporate concept, corporations are led by individuals, and CSR is primarily reflected in their decisions, perspectives, and behaviors. In a previous study, my colleague and I examined issues related to corporate social responsibility through a one-time survey conducted with 43 companies based in or having a branch in Hungary.

Keywords: social innovation, social entrepreneurship, corporate social responsibility, leadership

БАКО ТОМАС**КАРТОГРАФУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МСП ТА ВИЯВЛЕННЯ СТРИМУЮЧИХ І ДОПОМІЖНИХ ФАКТОРІВ ДЛЯ АКТИВІЗАЦІЇ ЦЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Спроби визначення та концептуалізації соціальних інновацій були представлені в різних дослідженнях, що призвело до академічних розбіжностей щодо обсягу цього поняття. З точки зору політики Європейського Союзу, концепції соціального підприємництва та соціальних інновацій є важливими, оскільки вони відповідають потребам згуртованості даного суспільства, служучи цілями як для державної політики, так і для ініціатив громадянського суспільства. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) різними дослідниками визначається по-різному. У той час як КСВ є корпоративною концепцією, корпорації очолюють приватні особи, і КСВ в першу чергу відображається в їхніх рішеннях, поглядах і поведінці. У попередньому дослідженні ми з колегою розглянули питання, пов'язані з корпоративною соціальною відповідальністю, за допомогою одноразового опитування, проведеного серед 43 компаній, що базуються в Угорщині або мають філію.

Ключові слова: соціальні інновації, соціальне підприємництво, корпоративна соціальна відповідальність, лідерство

Introduction. The empirical research on social innovation and social entrepreneurship is still in its early stages, with case studies playing a dominant role among the applied research methods (Alvord, 2004; Evers, Ewert, & Brandsen, 2014).

This can be explained by the lack of consensus among authors regarding the definitions and scope of these concepts, as well as challenges in measuring the performance of social organizations, as also emphasized in literature reviews on the topic (Dart, Clow, & Armstrong, 2010; Short, Moss, & Lumpkin, 2009).

For instance, the concept of social innovation has been used in an extensive sense, along with the concept of social entrepreneurship (Moulaert, MacCallum, Mehmood, & Hamdouch, 2013), as well as other related terms such as social value creation, social impact measurement, social added value, and social responsibility (Defourny & Nyssens, 2010).

Studies aimed at conceptualizing social entrepreneurship and social innovation generally focus on one of the following areas: the characteristics of individual social entrepreneurs, the sectors in which they operate, the processes and resources they utilize, as well as their missions and achievements (Dacin, Dacin, & Matear, 2010). Dees (2001), for example, in the course of exploring phenomena, defines social entrepreneurship with an emphasis on the individual.

Some scholars define social entrepreneurship as a process that emerges when governmental or nonprofit organizations adopt business principles in their operations (Dacin et al., 2010). The Global Entrepreneurship Monitor study (Terjesen, Lepoutre, Justo, & Bosma, 2012) proposed a classification of four types of social enterprises (nonprofit, for-profit, and two hybrid forms with varying degrees of social and commercial objectives), based on

their focus on social and environmental goals, diverse revenue generation strategies, and the presence of innovation within these organizations. Evers and Laville (2004) also addressed the hybrid nature of social enterprises, influenced by their multi-faceted goals and mixed resource structures (market, state, and civil society). Despite the growing importance of this concept, it remains unclear to what extent social enterprises differ from non-social enterprises in terms of their characteristics and business performance.

Finally, the number of empirical studies on social innovation and social entrepreneurial activities using larger datasets remains limited.

Purpose of the Article. The purpose of this article is to explore and document the social innovation activities undertaken by Small and Medium Enterprises (SMEs). It aims to provide a comprehensive understanding of how SMEs contribute to addressing societal challenges through innovative approaches while identifying the factors that either hinder or support these efforts. This article contributes to bridging the gap between SMEs' potential and actual engagement in social innovation. By shedding light on best practices, challenges, and opportunities, it serves as a resource for fostering a supportive environment where SMEs can intensify their contributions to societal well-being.

Literature review. Attempts to define and conceptualize social innovation have been presented in various studies, leading to academic disagreement regarding the scope of the concept. This study relies on the definition of social innovation provided by the European Commission, as outlined by Caulier-Grice, Davies, Patrick, and Norman (2012), which defines social innovation as follows:

New ideas—products, services, and models—that

simultaneously meet social needs (more effectively than alternatives) and create new social relationships or collaborations (examples include social services and/or goods and services provided to vulnerable individuals, ensuring access to employment for disadvantaged groups, and environmentally friendly practices).

From the European Union's policy perspective, the concepts of social entrepreneurship and social innovation are significant because they respond to the cohesion needs of a given society, serving as objectives for both public policy and civil society initiatives. Policymakers can support social innovation in various ways, from introducing funding opportunities to adopting specific measures and tools. Unfortunately, macro-level data systems are not designed to review and support such activities, as they tend to focus on traditional forms and sectors of innovation (EU Directorate-General for Enterprise and Industry, 2012). This highlights the need for further efforts in this area.

For instance, Thornhill (2006) demonstrated a positive correlation between product innovation and performance (measured by revenue growth) in a sample of Canadian manufacturing firms. Similarly, Bowen et al. (2010) found that different types of innovation were positively correlated with accounting performance indicators and the market performance index. Jiménez-Jiménez and Sanz-Valle (2011) showed that innovation (observed as product, process, and administrative innovation) influenced companies' performance, measured using four model indicators: the human relations model, internal process model, open system model, and rational goal model. Salvadó, de Castro, López, and Verde (2012) identified a relationship between environmental innovation as a form of social innovation, and corporate performance.

Previous studies addressing the social aspects of corporate goals often measured corporate social responsibility (CSR) and its relationship with profitability indicators. The literature identifies CSR as a driver of corporate social innovation (Defourny & Nyssens, 2010). Waddock and Graves (1997) found a positive correlation between CSR and financial performance. In most cases we can observe that a connection exists between CSR and organizational performance, including both financial and non-financial measures.

McGuire, Sundgren, and Schneeweis (1988) explained the impact of CSR on performance through its correlation with financial risk, demonstrating that companies with social responsibility practices score higher on financial performance indicators such as ROA and stock returns. These researchers also examined whether socially responsible behavior is a result of prior superior financial standing (McGuire et al., 1988) or if there is a relationship between CSR and good management practices (McWilliams & Siegel, 2000). Consistent with this argument, Hull and Rothenberg (2008) evaluated the relationship between collaboration, industry differentiation, CSR, innovation, and financial performance (ROA), demonstrating that CSR positively impacts financial performance.

All these concepts are related, and the relationships between different innovation concepts and corporate business and financial performance have been the focus of

numerous studies due to their significant practical implications, both at the organizational and policy levels.

Methodology. The article uses key theories to understand and analyze SME social innovation. Stakeholder theory: explores the role of stakeholders in shaping SME social innovation activities. Diffusion of innovation theory: explains how innovations spread within and beyond SME ecosystems. Resource-based view (RBV): explores how SMEs use internal resources and opportunities for social innovation. Methodological frameworks include a mixed-methods approach: combines qualitative and quantitative methods for a comprehensive understanding. This dual framework provides a robust basis for mapping activities and identifying influencing factors.

Presentation of the main research material. Corporate social responsibility (CSR) has been defined differently by various researchers. For instance, Dahlsrud conducted a factor analysis of 37 different definitions in 2006, examining them across five dimensions: environmental, social, economic, stakeholder, and voluntariness (Dahlsrud, 2006). David Vogel describes CSR as "a set of practices and policies that go beyond legal requirements to improve working conditions and benefit society" (Vogel, 2006, p. 2).

According to the *Oxford Handbook* (Crane et al., 2008), related concepts such as Corporate Citizenship, Corporate Responsibility, or Sustainable Business are, basically, alternative terms. Analysts of the topic agree on one point: CSR lacks a universally accepted definition. Socially responsible corporate behavior is interpreted as a learning process (Angyal, 2009) that organizations adopt gradually through multi-stage development within the framework of organizational learning. Ideally, CSR is a continuous collective learning process (Zwetsloot, 2003).

While CSR is a corporate concept, corporations are led by individuals, and CSR is primarily reflected in their decisions, perspectives, and behaviors. Since a corporation, as a legal entity, does not possess a conscience akin to natural persons, addressing societal harms caused by the corporation falls on its leaders. CSR thus becomes a strategic matter under the purview of top management (Goodpaster & Matthews, 1982). This holds true even though many leaders may, in specific cases, attempt to shield themselves from responsibility by exploiting the protections afforded by corporate legal personality.

In a previous study, my colleague and I examined issues related to corporate social responsibility (CSR) through a one-time survey conducted with 43 companies based in or having a branch in Hungary. The questionnaire included 33 questions, focusing on the company's and respondent's details, the role of CSR in the company's operations, and issues concerning responsibility.

Of the surveyed companies, 55.3% were sole proprietorships or small enterprises, aligning with Hungary's business demographics, where such entities dominate. Additionally, 18.4% were domestic subsidiaries or divisions of international multinational corporations, 15.8% were medium-sized enterprises, 7.9% were large corporations, and one was a Hungarian multinational company (Figure 1).

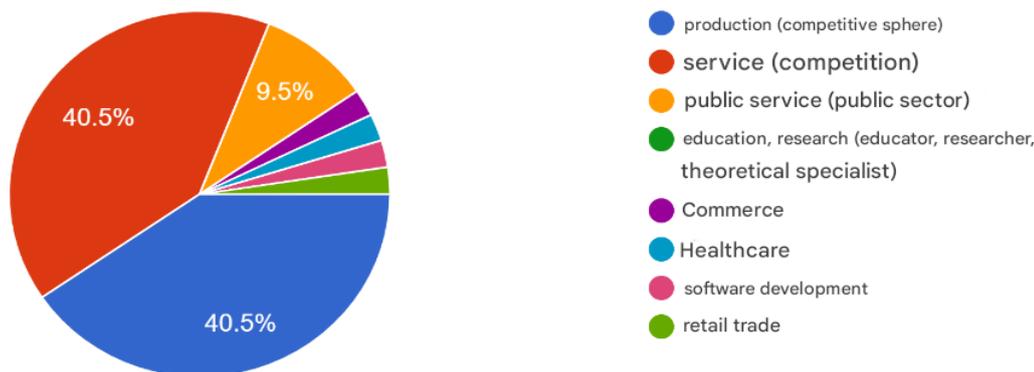


Figure 1 - "What is the main activity of your company?"

Source: Based on a questionnaire, edited by the author

In response to the question, "Have you heard of corporate social responsibility?" 78.6% of the 42 respondents answered "yes," representing a significant

majority. However, only 64.3% indicated that their company actively engages in CSR-related activities (Figure 2).

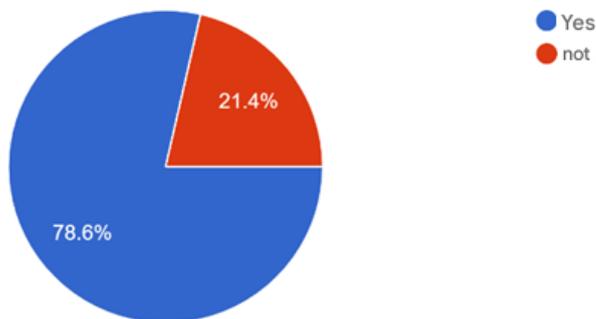


Figure 2 - "Have you ever heard of corporate social responsibility (CSR for short)?"

Source: Based on a questionnaire, edited by the author

Only 9.5% of the companies participating in the survey have a CSR policy or strategy, while 78.6% do not prepare such documents. Interestingly, 11.9% were unable to answer the question, which could be due to two

reasons: either an unqualified person filled out the questionnaire, or they are unaware because the company definitely does not have CSR regulations in place (Figure 3).

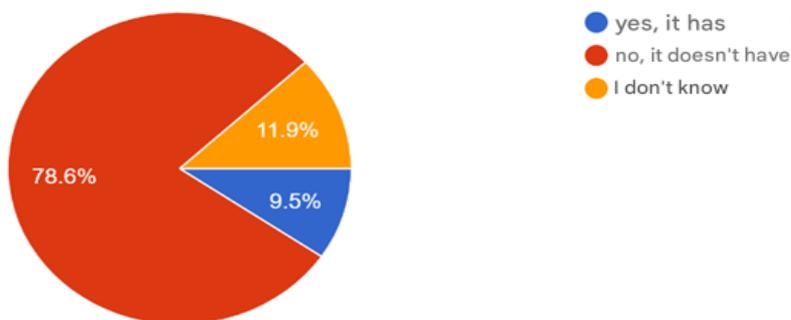


Figure 3 - "Does your company/organization have a CSR policy or strategy?"

Source: Based on a questionnaire, edited by the author

The responses to the question of whether the company prepares a CSR or GRI report (non-financial report, such as a sustainability report) show similar proportions. The participants answered "yes" slightly more often (16.7%), while 71.4% answered "no," and, similar to the previous

question, 11.9% indicated that they had no information on this topic.

The companies indicated the following CSR activities as those they are most involved in: corporate charity (58.5%), environmentally conscious operations (53.7%), sponsorship (41.5%), followed by environmental

protection (26.8%), community volunteer activities (22.0%), and quality management activities, applying standards (17.1%). About 10% of the companies reported that they do not engage in any CSR activities.

Of the companies that engage in CSR actions, 46.3% do so informally, taking advantage of opportunities as they arise (i.e., ad hoc), 36.6% respond to the demands of external stakeholders, 26.8% select responsibility areas based on employee suggestions, while only 14.6% integrate these activities into a strategy, managing them intentionally.

In acknowledging responsibility for society and the environment, the strategic goals of the responding companies are as follows: the largest proportion aims to act as an ethical company (56.1%), followed closely by contributing to sustainable development (39%), taking responsibility for the company's activities (36.6%), aligning with the company's core values (34.1%), and maintaining the company's good reputation (34.1%).

72.5% of respondents believe that the willingness to take on social responsibility is not considered when

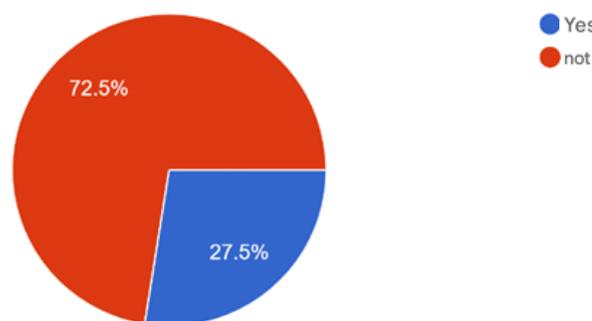


Figure 4 - "Is the willingness to assume social responsibility taken into account when selecting managers?"

Source: *Based on a questionnaire, edited by the author*

52.6% of the respondents rated the leadership style in their company as democratic, 31.6% as autocratic, and only 3 respondents described it as dictatorial.

Regarding decision-making, the pattern concerning activities related to social responsibility shows that in 23 cases (56.1%), one person makes the decisions, in 15 cases (36.6%) a group, and in 3 cases (7.3%) the whole company. In an ideal situation (though there were only 39 respondents here), 19 respondents (48.7%) believed a group should make such decisions, 13 respondents (33.3%) thought one person should decide, and 7 (17.9%) believed the whole company should decide. In an ideal situation (40 respondents here), the majority, 24 respondents (60%), thought that a group consisting of leaders should make CSR-related decisions, while 15 respondents (37.5%) believed that the person vested with the responsibility should make the decision, with one respondent unable to choose, as they work for a public organization.

The results indicate that while a significant portion of the companies involved in the research (43) have heard of corporate social responsibility (CSR) and engage in such activities, they do not consider it particularly important. Only a small fraction have a CSR policy, and even fewer prepare regular reports on it. The most common CSR activities within companies include corporate charity,

selecting leaders. This suggests that in Hungary, this aspect is not as important as, for example, in Canada, where Strandberg Consulting, a Canadian consulting company, lists 6 reasons in the company's brochure for why it is important to include social responsibility in the criteria for selecting leaders. These reasons are: the need for effective CSR implementation and execution; managing brand name and reputation; making the company attractive to employees, retaining and engaging them; changing expectations and requirements regarding CSR; the CEO as the public face of the company; and making better decisions. According to Strandberg, leaders who exhibit traits such as value-centeredness, outward orientation, being a good CSR strategist and change manager, able to cooperate with stakeholders, supporting and encouraging CSR, and the ability to train responsible leaders (Figure 4).

environmentally conscious operations, and sponsorship. Most companies view CSR-related activities as something that "is nice to have, but not very important."

In selecting leaders, the overwhelming majority of companies do not take into account the willingness to assume social responsibility, and the majority believe that one person is responsible for such decisions. However, ideally, the entire company should take responsibility for them. Interestingly, the majority of respondents believe the ideal situation would be for a group to make the decision, but one person should be accountable for it.

Conclusions, implications and future research directions. Based on the above studies and research, the following conclusions can be drawn.

1. According to several researchers, there is a correlation between corporate social responsibility (CSR) and social innovation. CSR can be an incentive for social innovation.
2. There is a connection between CSR and financial performance.
3. It has been suggested that there may also be a correlation between CSR and good management practices.
4. In our empirical research, we concluded that a significant portion of small and medium-sized enterprises (SMEs) do not have a CSR policy or strategy, and even if

they engage in such activities, they are marginal. 5. When selecting leaders, the willingness to engage in CSR is not taken into consideration, even though leaders are in a position to make such decisions. 6. Consequently, leadership is one of the main barriers to SMEs' CSR activities, and since CSR would have an encouraging effect on social innovation, it becomes a limiting factor for such activities. 7. Therefore, if leadership selection took CSR and social innovation willingness into account, and if the owners and stakeholders expected such activities, it would undoubtedly motivate and intensify CSR-related actions.

Acknowledgment. This study was supported by the National Research sub-program of the Thematic Excellence Program 2021, as part of the Creative Region III. project (identification number TKP2021-NKTA-22), funded by the National Research, Development and Innovation Office (NKFIH).

Köszönetnyilvánítás. A tanulmány a Tématerületi Kiválósági Program 2021 – Nemzetkutatások alprogram keretében, a TKP2021-NKTA-22 azonosítási számú Creative Region III. projektrészeként, az NKFIH támogatásával valósult meg.

References

- Alvord, S. H. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study. *Journal of Applied Behavioral Science*, 40, 260–282. doi:10.1177/0021886304266847.
- Angyal, Á (2009): Vállalatok társadalmi felelőssége, felelős társaságirányítás (Corporate social responsibility) Kossuth Kiadó Budapest
- Bowen, F. E., Rostami, M., & Steel, P. (2010). Timing is everything: A meta-analysis of the relationships between organizational performance and innovation. *Journal of Business Research*, 63, 1179–1185.
- Caulier-Grice, J., Davies, A., Patrick, R., & Norman, W. (2012). Social innovation overview: deliverable of the project: "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE), European Commission–7th framework programme. Brussels: European Commission, DG Research.
- Crane, A. – McWilliams, A. – Matten, D. – Moon, J. – Siegel, D. S. [2008] (ed.): *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford University Press
- Dacin, P. A., Dacin, M. T., & Matear, M. (2010). Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. *Academy of Management Perspectives*, 24, 37–57.
- Dahlsrud, A. (2006) How Corporate Social Responsibility is Defined: An Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, published online 9 November, 2006 in Wiley InterScience (www.interscience.wiley.com) DOI 10.1002/CSI.132
- Dart, R., Clow, E., & Armstrong, A. (2010). Meaningful difficulties in the mapping of social enterprises. *Social Enterprise Journal*, 6, 186–193.
- Dees, J. G. (2001). The meaning of social entrepreneurship. Kauffman Centre for Entrepreneurial Leadership. letöltve:2023.10.22. <https://csistg.gsb.stanford.edu/sites/csi.gsb.stanford.edu/files/TheMeaningofsocialEntrepreneurship.pdf>
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1, 32–53.
- EU DG Enterprise and Industry. (2012). *Strengthening-Social-Innovation in EU*. Brussels: European Union.
- Evers, A., Ewert, B., & Brandsen, T. (Eds.). (2014). *Social innovations for social cohesion. Transnational patterns and approaches from 20 European cities*. WILCO consortium. Liege: EMES European Research Network asbl.
- Evers, A., & Lavielle, J. L. (2004). *The third sector in Europe*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Goodpaster, K. E. & Matthews, J. B. (1982): Can a Corporation Have a Conscience? *Harvard Business Review*, 60. No.:1. pp.:132–141.
- Hull, C. E., & Rothenberg, S. (2008). Firm performance: The interactions of corporate social performance with innovation and industry differentiation. *Strategic Management Journal*, 29, 781–789
- Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2011). Innovation, organizational learning, and performance. *Journal of Business Research*, 64, 408–417.
- McGuire, J. B., Sundgren, A., & Schneeweis, T. (1988). Corporate social responsibility and firm financial performance. *Academy of Management Journal*, 31, 854–872.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2000). Corporate social responsibility and financial performance. *Strategic Management Journal*, 21, 603–609.
- Moulaert F (2009) Social innovation: institutionally embedded, territorially (re)produced.
- In: MacCallum D, Moulaert F,
- Moulaert, F., MacCallum, D., Mehmood, A., & Hamdouch, A. (Eds.). (2013). *The international handbook on social innovation: collective action, social learning and transdisciplinary research* Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Salvadó, J. A., de Castro, G. M., López, J. E. N., & Verde, M. D. (2012). *Environmental innovation and firm performance: A natural resource-based view*. New York, NY: Palgrave Macmillan
- Short, J. C., Moss, T. W., & Lumpkin, G. T. (2009). Research in social entrepreneurship: Past contributions and future opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3, 161–194.
- Terjesen, S., Lepoutre, J., Justo, R., & Bosma, N. (2012). *Report on social entrepreneurship*. London: GERA, Babson College.
- Thornhill, S. (2006). Knowledge, innovation and firm performance in high- and low-technology regimes. *Journal of Business Venturing*, 21, 687–703.
- Vogel, D. (2006). *The market of virtue – the potential and limits of corporate social responsibility*. Brookings Institution Press, Washington D.C.
- Waddock, S. A., & Graves, S. B. (1997). The corporate social performance-financial performance link. *Strategic Management Journal*, 18, 303–319.
- Zwetsloot, G. I. J. M. [2003]: From Management Systems to Corporate Social Responsibility, *Journal of Business Ethics*, 44. évf. 2-3. szám, 201-207.

Received 14.08.2024

About the Authors

Bako Tamas (Бакo Томас) – University of Miskolc, Institute of Management Sciences, Master of Business Administration, email: tamas.bako@uni-miskolc.hu

Р.Г МАЙСТРО, О.Л. НАГОРНИЙ, М.В. ІГНАТОВ

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

У статті досліджено питання підвищення конкурентоспроможності та економічної безпеки підприємств харчової промисловості України в умовах війни. Визначено, що збройний конфлікт суттєво посилив ризики для українських підприємств, особливо через перебої у ланцюгах постачання, нестабільність ринку, а також правову і фінансову невизначеність. Розглянуто підходи до забезпечення економічної безпеки, включаючи оптимізацію використання ресурсів, побудову антикризових стратегій та диверсифікацію ринків збуту.

Особливу увагу приділено аналізу діяльності підприємств харчової промисловості Харкова та Харківської області, де багато компаній намагаються продовжувати свою діяльність, незважаючи на обстріли та інші ризики. Розглянуто приклади харківських виробників, які зберігають виробництво, адаптують бізнес-моделі під нові умови, допомагають внутрішньо переміщеним особам та надають підтримку Збройним Силам України. В умовах посиленого тиску з боку зовнішніх факторів, таких як обмеження імпорту й експорту, підприємства регіону демонструють адаптивність та готовність до змін.

Показано, що саме здатність до швидкої адаптації та гнучка реакція на динамічні виклики сприяють підтримці конкурентоспроможності на ринку навіть у кризових умовах. Визначено, що для досягнення стійкого розвитку компанії повинні активно використовувати інноваційні рішення, зокрема цифрові платформи для моніторингу ризиків та прийняття обґрунтованих бізнес-рішень.

Ключові слова: конкурентоспроможність; економічна безпека; харчова промисловість; ризики; адаптація; кризовий менеджмент

R. MAISTRO, O. NAHORNY, M. IGNATOV

INCREASING THE COMPETITIVENESS AND ECONOMIC SECURITY OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF WAR IN UKRAINE

The article examines the issues of enhancing the competitiveness and economic security of Ukraine's food industry enterprises under wartime conditions. It is noted that the armed conflict has significantly increased risks for Ukrainian businesses, especially due to supply chain disruptions, market instability, as well as legal and financial uncertainty. Approaches to ensuring economic security are considered, including resource optimization, crisis strategy development, and market diversification.

Particular attention is paid to analyzing the activities of food industry enterprises in Kharkiv and the Kharkiv region, where many companies strive to continue their operations despite shelling and other risks. Examples of Kharkiv manufacturers who maintain production, adapt business models to new conditions, assist internally displaced persons, and provide support to the Armed Forces of Ukraine are discussed. Under intensified pressure from external factors, such as import and export restrictions, enterprises in the region demonstrate adaptability and readiness for change.

It is shown that the ability to adapt quickly and respond flexibly to dynamic challenges contributes to maintaining competitiveness in the market even under crisis conditions. For sustainable development, companies are advised to actively employ innovative solutions, including digital platforms for risk monitoring and making informed business decisions.

Keywords: competitiveness; economic security; food industry; risks; adaptation; crisis management

Вступ. На сучасному етапі розвитку економіки України харчова промисловість відіграє важливу роль у забезпеченні продовольчої безпеки країни та підтримці стабільного економічного зростання. Зважаючи на її значущість, цей сектор виступає важливим джерелом робочих місць, основою для розвитку суміжних галузей та стабільності внутрішнього ринку продуктів харчування. Харчова промисловість також є вагомим елементом для міжнародної торгівлі України, забезпечуючи значний обсяг експорту та відкриваючи нові можливості для інтеграції країни у світову економіку.

Аналіз стану питання. В умовах війни українські підприємства харчової промисловості стикаються з безпрецедентними викликами, що вимагають адаптації до змін, посилення економічної безпеки та підвищення конкурентоспроможності на внутрішньому і міжнародному ринках. У цьому контексті необхідно розробити та впровадити стратегії, які дозволять не лише вижити, але й продовжувати розвиватися, зберігаючи робочі місця, забезпечуючи доступ до якісної продукції та підтримуючи економіку країни.

Однак, і в мирний час підприємства харчової галузі стикалися з рядом викликів. Глобалізація ринкових процесів, розвиток технологій, підвищення вимог споживачів до якості та безпеки продукції, посилення конкуренції з іноземними виробниками —

усе це створює нові виклики та вимагає від українських підприємств адаптації та пошуку нових стратегій розвитку. Високий рівень конкуренції змушує підприємства активно працювати над підвищенням конкурентоспроможності продукції, оптимізацією виробничих процесів, зниженням собівартості та впровадженням інновацій.

Крім того, українська харчова промисловість має справлятися з викликами внутрішнього ринку, такими як інфляція, нестабільна економічна ситуація, обмежений доступ до іноземних ринків через торговельні бар'єри та регуляторні вимоги, а також обмеження на імпорт окремих видів сировини. Важливим питанням є також забезпечення економічної безпеки підприємств, що включає управління ризиками, пов'язаними із зовнішніми факторами, а також захист від можливих внутрішніх загроз, таких як фінансова нестабільність, залежність від кредитування та недосконалість логістичних процесів.

Усі ці чинники роблять актуальною проблему дослідження механізмів і стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості, що, своєю чергою, є основою для забезпечення їх економічної безпеки та сталого розвитку. Комплексний підхід до вирішення цих проблем дозволить українським підприємствам не тільки зберегти свої позиції на внутрішньому ринку, а

й розширити свою присутність на міжнародній арені, сприяючи покращенню загальної економічної ситуації в країні.

Мета роботи. Основною метою цього дослідження є визначення напрямів та механізмів, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності та забезпеченню економічної безпеки підприємств харчової промисловості України в умовах війни. Дослідження спрямоване на аналіз існуючих підходів до управління конкурентоспроможністю, вивчення факторів, що впливають на економічну безпеку, а також розробку практичних рекомендацій для українських підприємств у цій сфері.

Аналіз основних досягнень і літератури. Теоретичною та методологічною основою дослідження конкурентоспроможності та економічної безпеки є наукові публікації низки вчених, серед яких Верба В. А та Живко З. Б., Білорус Т. В. [1], Мартиненко М. О., Стрелюк А. С. [3], Мельничук С. М. [4], та інші. Однак, зважаючи на загрози та виклики діяльності бізнесу під час воєнного стану, зростання складності управління, обмеженості ресурсів, необхідності швидкого адаптування до нових реалій функціонування, процес формування економічної безпеки та підвищення конкурентоспроможності підприємства вимагає удосконалення.

Викладення основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність є важливим показником для підприємства, що відображає його здатність ефективно функціонувати на ринку, пристосовуватись до ринкових змін і пропонувати продукти або послуги, які обирають споживачі. У харчовій промисловості конкурентоспроможність залежить не тільки від якості та ціни продукції, але й від здатності підприємства задовольняти вимоги як внутрішнього, так і зовнішнього ринку.

Конкурентоспроможність підприємства можна визначити як його здатність конкурувати на ринку, забезпечуючи високу якість продукції за оптимальною ціною. Це означає, що підприємство має пропонувати продукцію, яка є привабливою для споживачів за своїми характеристиками та відповідає їх очікуванням у співвідношенні "ціна-якість". У харчовій промисловості це включає не лише органолептичні характеристики (смак, вигляд, запах продукції), а й безпеку, термін зберігання, відповідність екологічним стандартам та іншим вимогам [2].

Для підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості слід врахувати такі ключові фактори:

1. **Якість продукції:** У харчовій промисловості якість продукції відіграє надзвичайно важливу роль. Споживачі очікують не лише високої якості, але й безпеки продуктів, відсутності шкідливих добавок, натуральності, відповідності стандартам. Для підприємств це означає впровадження систем управління якістю, таких як HACCP або ISO 22000, що дозволяє підвищити довіру до продукції та посилити позиції на ринку.

2. **Цінова політика:** Ціна продукції є важливим

фактором для українського споживача, особливо в умовах економічної нестабільності. Проте ціна повинна відповідати якості продукції, що пропонується. Оптимізація витрат на виробництво, покращення логістичних процесів і пошук надійних постачальників сировини можуть допомогти знизити собівартість продукції, не знижуючи її якості, що дає можливість встановлювати конкурентну ціну.

3. **Інноваційність:** Інновації є рушійною силою конкурентоспроможності. У харчовій промисловості це може включати нові технології переробки, упаковки, зберігання продукції, а також розробку нових продуктів. Наприклад, використання технологій заморожування для збереження вітамінів та поживних речовин, вакуумне пакування для продовження терміну зберігання, розробка продуктів без глютену чи лактози для залучення нових споживачів.

4. **Адаптивність до змін на ринку:** У сучасному ринковому середовищі харчові підприємства мають бути гнучкими і швидко реагувати на зміни споживчого попиту, зміну законодавчих норм, тенденції здорового харчування та екологічні вимоги. Це включає готовність швидко змінювати асортимент продукції, адаптувати рецептури, вносити корективи у виробничий процес. Наприклад, якщо зростає попит на органічну продукцію, підприємство, що зможе швидко адаптуватись до цього тренду, виграє у конкурентній боротьбі [5].

Під час війни багато підприємств харчової промисловості України стикнулися з різноманітними проблемами, серед яких:

- **Знищення інфраструктури:** Ракетні удари, обстріли та інші бойові дії призводять до руйнування заводів, логістичних маршрутів та складів.

- **Порушення ланцюгів поставок:** Дефіцит сировини, проблеми з транспортуванням та знищення логістичних вузлів ускладнюють безперервне забезпечення виробництва.

- **Високі витрати на енергоресурси та матеріали:** Зростання цін на сировину та енергоносії, а також нестабільність на ринку призводять до підвищення собівартості продукції.

- **Скорочення ринків збуту:** Через небезпеку ведення бізнесу у зонах конфлікту, багато підприємств втратили частину внутрішнього ринку, а також доступ до ринку СНД та інших пострадянських країн.

Для адаптації до змінних умов необхідно враховувати такі основні фактори конкурентоспроможності підприємств:

- **Інновації у виробництві та технологіях:** Впровадження нових технологій дозволяє оптимізувати витрати, підвищити ефективність виробництва та забезпечити гнучкість у реагуванні на зовнішні виклики.

- **Переорієнтація на внутрішній та західний ринки:** Зважаючи на обмежені можливості експорту, багато підприємств обирають курс на диверсифікацію своєї продукції, створення нових брендів і адаптацію до європейських стандартів.

- Впровадження системи контролю якості: Конкурентоспроможність продукції на пряму залежить від її якості. Сертифікація за міжнародними стандартами допомагає не лише підвищити довіру споживачів, а й полегшує вихід на міжнародні ринки.

- Зміцнення бренду та маркетингові інновації: У сучасних умовах критично важливо правильно позиціонувати бренд, оскільки споживачі більше уваги звертають на репутацію компанії, її прозорість та відповідальність [7].

Не менш важливим напрямком підвищення ефективності діяльності підприємства є економічна безпека, яка стає одним з ключових факторів для харчових підприємств у період війни, адже вона передбачає зниження ризиків, пов'язаних з активністю на нестабільних ринках, та забезпечення стійкості до негативних зовнішніх впливів. Для цього варто розглянути такі стратегії:

- Ризик-менеджмент і планування на випадок надзвичайних ситуацій: Розробка планів дій на випадок виникнення кризових ситуацій, диверсифікація постачальників та налагодження партнерських відносин допоможуть уникнути зупинок виробництва.

- Захист інформаційної безпеки: Кібербезпека набуває особливої важливості в умовах війни, коли кібератаки можуть стати інструментом руйнування бізнесу.

- Оптимізація витрат і бюджетування: Ефективне управління витратами дозволяє знизити ризики втрати ліквідності та забезпечити фінансову стабільність навіть у несприятливих економічних умовах.

- Інвестиції у кадри: Підтримка працівників через надання соціальних пільг, створення безпечних умов праці, а також можливостей для підвищення кваліфікації сприятимуть збереженню кваліфікованого персоналу та підвищенню продуктивності.

Війна в Україні особливо сильно вдарила по східних регіонах країни, зокрема по Харківщині. Харківські підприємства харчової промисловості зіткнулися з руйнуванням інфраструктури, логістичними труднощами, скороченням ринків збуту та іншими серйозними проблемами. Проте навіть у таких складних умовах виробники продовжують працювати, відновлювати виробництво та адаптуватися до нових реалій.

Далі розглянемо приклади стратегій та успішного досвіду підприємств із Харкова та області, які працюють над підвищенням конкурентоспроможності та забезпеченням економічної безпеки.

Так, застосування нових технологій та оптимізація витрат дозволяють підприємствам залишатися конкурентоспроможними навіть у складних умовах.

Наприклад, Харківська компанія **"Бісквіт-Шоколад"**, один із найбільших виробників кондитерських виробів в Україні, в останні роки впровадила сучасні автоматизовані лінії на виробництві, що дозволило їй значно знизити собівартість продукції. Завдяки новітньому

обладнанню підприємство оптимізувало використання ресурсів, що допомогло компенсувати збільшення вартості енергоресурсів та сировини. Це дозволило їм підтримувати доступні ціни для українських споживачів, навіть з урахуванням логістичних труднощів.

Цікавим є досвід **Харківської фабрики морозива "Хладопром"** — одного із провідних виробників морозива в Україні. Війна змусила компанію швидко адаптуватися до викликів, і вона активно впроваджує заходи для збереження стабільності виробництва та підвищення конкурентоспроможності. Так, у відповідь на зміну попиту та дефіцит деяких видів сировини "Хладопром" зосередився на розширенні асортименту, адаптованого до внутрішнього ринку та доступних ресурсів. Наприклад, компанія розробила нові види морозива на основі рослинних інгредієнтів, що зменшує залежність від молочної продукції, яка подорожчала через війну. Це дозволило фабриці зберегти свої позиції на ринку та залучити нову аудиторію споживачів, які надають перевагу рослинним продуктам.

Багато харківських виробників змушені були скоротити свою присутність на традиційних ринках СНД через обмеження у зв'язку з війною. Для багатьох з них це стало стимулом для орієнтації на внутрішній ринок та виходу на європейські ринки, що вимагає впровадження міжнародних стандартів якості.

Молочна компанія **"Ромол"** з Харківської області, відома високою якістю своїх молочних продуктів, вирішила переорієнтувати свою продукцію на західний ринок. Вони пройшли сертифікацію ISO та почали впроваджувати стандарти НАССР для підвищення якості продукції та її відповідності вимогам європейських покупців. Це дозволило компанії залучити нових партнерів у Європі, забезпечивши стабільний збут. Також проаналізуємо рівень підтримки якості м'ясної продукції ТОВ **"ЩИТ-ЗАХИЩЕНА ЯКІСТЬ"**. Компанія активно працює над підтримкою високих стандартів якості, дотримуючись сертифікаційних вимог. **"ЩИТ-ЗАХИЩЕНА ЯКІСТЬ"** використовує систему НАССР для контролю безпеки на кожному етапі виробництва. Такий підхід дозволяє забезпечити стабільну якість продукції та підвищити довіру споживачів, що є критично важливим в умовах війни.

Для підтримки конкурентоспроможності фабрика морозива запровадила певні енергоефективні рішення. Для зменшення витрат на енергоносії, які зросли через війну, **"Хладопром"** інвестував у модернізацію енергосистем та встановлення енергоефективного обладнання. Це дозволяє підприємству працювати з мінімальними втратами та зберігати конкурентоспроможні ціни на свою продукцію. **Наприклад, нове холодильне обладнання значно економить енергію, що критично важливо для виробництва морозива.**

Багато харківських виробників змушені були скоротити свою присутність на традиційних ринках СНД через обмеження у зв'язку з війною. Для

багатьох з них це стало стимулом для орієнтації на внутрішній ринок та виходу на європейські ринки, що вимагає впровадження міжнародних стандартів якості.

Так, молочна компанія "**Ромол**" з Харківської області, відома високою якістю своїх молочних продуктів, вирішила переорієнтувати свою продукцію на західний ринок. Вони пройшли сертифікацію ISO та почали впроваджувати стандарти HACCP для підвищення якості продукції та її відповідності вимогам європейських покупців. Це дозволило компанії залучити нових партнерів у Європі, забезпечивши стабільний збут своєї продукції.

Підтримка довіри споживачів та розширення бренду допомагають підприємствам зберігати свою позицію на ринку. В умовах війни особливу важливість мають такі фактори, як підтримка місцевих громад та соціальні ініціативи. Так, виробник мінеральної води "**Саржине джерело**", розташований неподалік Харкова, активно займається маркетинговими кампаніями, орієнтованими на патріотичну підтримку. Вони проводять акції, в рамках яких частину коштів від продажу продукції спрямовують на підтримку армії та постраждалих регіонів. Такий підхід не лише допомагає залучити нових споживачів, а й зміцнює довіру до бренду.

В умовах війни підприємства Харкова стикаються з ризиками, пов'язаними з безпекою, зокрема через обстріли та нестабільність. Багато з них впроваджують системи кризового управління та оптимізують логістичні ланцюги.

Збереження кваліфікованих кадрів та забезпечення їхньої безпеки — ключовий фактор у підтриманні конкурентоспроможності підприємств.

Для прикладу, харківська кондитерська фабрика "**Престиж**" забезпечує своїх працівників додатковими засобами безпеки, пропонує соціальні пакети та підтримує гнучкі умови роботи. Це дозволяє зберігати команду навіть під час евакуацій та зберігати кадровий потенціал підприємства для подальшого відновлення діяльності.

Важливим елементом підтримки підприємств в умовах війни є державні програми та допомога від міжнародних партнерів. Держава активно запроваджує програми підтримки для підприємств, які постраждали від бойових дій, таких як компанія "**Віал**" — виробник соків і фруктових напоїв у Харківській області, скористалася програмою грантів, що надається міжнародними організаціями, для відновлення зруйнованої виробничої лінії. Державні податкові канікули також дозволили компанії оптимізувати свої витрати та продовжувати працювати навіть у скрутних умовах.

Отже, підвищення конкурентоспроможності та економічної безпеки є найбільш актуальними напрямками діяльності підприємств в Україні. Так, компанія "Хладопром" впровадила кризове управління та адаптувала логістичні процеси, враховуючи ризики, пов'язані з бойовими діями. "Хладопром" розробив плани для роботи в умовах надзвичайної ситуації та перенаправив частину логістичних маршрутів через більш безпечні регіони.

Це знижує ризики зупинки виробництва і забезпечує безперервне постачання продукції. У складних умовах війни "Хладопром" не лише надає робочі місця, а й підтримує персонал за допомогою соціальних програм. Наприклад, фабрика організувала допомогу для співробітників, що постраждали від бойових дій, та підтримує програми перекваліфікації, що дозволяє людям залишатися в компанії. Завдяки стратегічному підходу до інновацій, управління ризиками, турботі про персонал і зміцненню позицій бренду, "Хладопром" продовжує залишатися конкурентоспроможним та підтримує економічну стабільність навіть в умовах війни.

Аналіз діяльності харківського підприємства, що спеціалізується на виробництві м'ясних та ковбасних виробів ТОВ "ЩИТ-ЗАХИЩЕНА ЯКІСТЬ" свідчить, що під час війни компанія активно працює над забезпеченням стабільності свого бізнесу та підвищенням конкурентоспроможності, пристосовуючись до складних умов, в яких знаходиться українська харчова промисловість. Через складнощі з постачанням та зростанням цін на сировину "**ЩИТ-ЗАХИЩЕНА ЯКІСТЬ**" переорієнтувався на місцевих постачальників м'яса. Це дозволяє знизити логістичні витрати та зменшити ризики, пов'язані з нестабільністю поставок. Використання української сировини також дозволяє компанії дотримуватися високих стандартів якості, контролюючи походження кожного компонента своєї продукції.

Зважаючи на скорочення доходів населення, компанія ввела в асортимент продукцію економічного сегменту, яка є доступнішою для споживачів. Наприклад, "**ЩИТ-ЗАХИЩЕНА ЯКІСТЬ**" розробив серію ковбасних виробів з більш доступними інгредієнтами, але з високою харчовою цінністю. Це допомагає підприємству утримувати позиції на ринку та підтримувати українських споживачів у складний період.

В умовах війни компанія активно розвиває інтернет-продажі та доставку, співпрацюючи з онлайн-платформами та сервісами доставки, щоб забезпечити безперебійний доступ до продукції для споживачів з усієї України. Така стратегія дозволяє підприємству диверсифікувати ризики, пов'язані з традиційними торговельними каналами, і бути ближчими до клієнтів.

Важливим є те, що ТОВ "**ЩИТ-ЗАХИЩЕНА ЯКІСТЬ**" підтримує своїх співробітників через соціальні ініціативи. Компанія забезпечує працівників додатковими заходами безпеки, проводить навчання з кризового управління та підтримує тих, хто потребує допомоги. Такий підхід допомагає утримувати кваліфікований персонал та підтримувати стабільність виробництва. Завдяки адаптації до нових реалій, переорієнтації на місцевих постачальників, дотриманню стандартів якості, розширенню каналів збуту та турботі про персонал, "**ЩИТ-ЗАХИЩЕНА ЯКІСТЬ**" підтримує свою конкурентоспроможність та економічну безпеку навіть у складних умовах війни.

Висновки. Таким чином, аналіз діяльності означених підприємств харчової промисловості в

умовах війни підприємства харчової промисловості Харкова та області демонструють приклади стійкості, креативності та адаптації. Завдяки інноваціям, стратегічному управлінню ризиками, переорієнтації на нові ринки та підтримці від держави і міжнародних партнерів, вони знаходять способи підтримувати свою діяльність та продовжувати задовольняти потреби населення в харчових продуктах.

Список літератури

1. Верба В. А., Живко З. Б., Білорус Т. В. Економічна безпека підприємств: основні концептуальні підходи та чинники розвитку. *Економіка та держава*. 2021. № 8. С. 62-66.
2. Кривов'язук І. В. Підвищення конкурентоспроможності українських підприємств у період глобальних викликів. *Економічний аналіз*. 2022. Том 32, № 1. С. 45-52.
3. Мартиненко М. О., Стрелюк А. С. Конкурентоспроможність підприємств харчової промисловості в умовах нестабільного економічного середовища. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: Логістика і транспорт*. 2022. № 5 (131). С. 78-84.
4. Мельничук С. М. Механізми забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості в умовах кризи. *Бізнес Інформ*. 2023. № 3. С. 60-65.
5. Олексієнко І. С., Черкашин С. В. Роль інновацій у підвищенні конкурентоспроможності харчової промисловості України. *Економіка промисловості*. 2022. № 4. С. 55-59.
6. Стеценко В. М. Конкурентоспроможність та стратегічне планування для підприємств харчової промисловості. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2023. Том 1, № 4. С. 36-41.
7. Хоменко О. С., Демчук Т. В. Вплив війни на діяльність підприємств харчової промисловості в Україні. *Проблеми економіки*. 2023. № 2. С. 22-29.
8. Майстро Р.Г., Назаренко Д.С. Управлінські інновації як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*. Харків: НТУ «ХПІ», 2020. № 1. С. 88-94. URL: <http://es.khpi.edu.ua/article/view/206005>
9. Майстро Р.Г., Більовська О.О. Конкурентоспроможність бізнесу в умовах війни в Україні. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*. Х.: НТУ «ХПІ». №2. 2023. С. 50-54 URL: <http://es.khpi.edu.ua/article/view/282897/277114>
10. [Economy and the state] 2021. no. 8. pp. 62-66.
11. Kryvov'iazuk I. V. Pidvyshchennya konkurentospromozhnosti ukraïns'kykh pidpryyemstv u period hlobal'nykh vyklykiv [Increasing the competitiveness of Ukrainian enterprises in the period of global challenges]. *Ekonomichnyy analiz. [Economic analysis]* 2022. vol. 32, no. 1. pp. 45-52.
12. Martynenko M. O., Streluk A. S. Konkurentospromozhnist' pidpryyemstv kharchovoyi promyslovosti v umovakh nestabil'noho ekonomichnoho seredovyscha [Competitiveness of food industry enterprises in an unstable economic environment] *Visnyk Natsional'noho universytetu "Lviv's'ka politekhnika". Seriya: Lohistyka i transport. [Bulletin of the Lviv Polytechnic National University. Series: Logistics and transport.]* 2022. no. 5 (131). pp. 78-84.
13. Mel'nychuk S. M. Mekhanizmy zabezpechennya ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstv kharchovoyi promyslovosti v umovakh kryzy [Mechanisms of ensuring economic security of food industry enterprises in crisis conditions]. *Naukovyy zhurnal «Biznes Inform» [Scientific magazine "Business Inform"]* 2023. no. 3. pp. 60-65.
14. Oleksiienko I. S., Cherkashyn S. V. Rol' innovatsiy u pidvyshchenni konkurentospromozhnosti kharchovoyi promyslovosti Ukrayiny [The role of innovations in enhancing the competitiveness of Ukraine's food industry] *Ekonomika promyslovosti. [Economy of industry]* 2022. no. 4. pp. 55-59.
15. Stetsenko V. M. Konkurentospromozhnist' ta stratehichne planuvannya dlya pidpryyemstv kharchovoyi promyslovosti [Competitiveness and strategic planning for food industry enterprises] *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky. [Bulletin of the Khmelnytskyi National University. Series: Economic Sciences.]* 2023. vol. 1, no. 4. pp. 36-41.
16. Khomenko O. S., Demchuk T. V. Vplyv viyny na diyal'nist' pidpryyemstv kharchovoyi promyslovosti v Ukrayini [The impact of war on the activities of food industry enterprises in Ukraine] *Problemy ekonomiky. [Problems of the economy]* 2023. no. 2. pp. 22-29.
17. Maistro R. H., Nazarenko D. S. Upravlins'ki innovatsiyi yak faktor pidvyshchennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstv [Managerial innovations as a factor in increasing the competitiveness of enterprises] *Visnyk NTU «KhPI». Kharkiv: NTU «KhPI», [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences)]* 2020. no. 1. pp. 88-94. URL: <http://es.khpi.edu.ua/article/view/206005>
18. Maistro R. H., Bil'ov's'ka O. O. Konkurentospromozhnist' biznesu v umovakh viyny v Ukrayini [Competitiveness of business in wartime conditions in Ukraine] *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu «Kharkivs'kyi politekhnichnyy instytut» (ekonomichni nauky)*. Kharkiv: NTU «KhPI», [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences)] 2023. no. 2. pp. 50-54. URL: <http://es.khpi.edu.ua/article/view/282897/277114>

References (transliterated)

1. Verba V. A., Zhivko Z. B., Bilorus T. V. Ekonomichna bezpeka pidpryyemstv: osnovni kontseptual'ni pidkhody ta chynnyky rozvytku [Economic security of enterprises: main conceptual approaches and development factors]. *Ekonomika ta derzhava*.

Надійшла (received) 15.08.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Майстро Руслана Григорівна (Maistro Ruslana) - кандидат економічних наук; доцент; Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; м. Харків; Україна доцент кафедри економіки бізнесу та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «ХПІ»; м. Харків; Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3645-0279>; e-mail: Ruslana.Maistro@khpi.edu.ua

Нагорний Олег Леонідович (Nagorny Oleg) – студент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», e-mail: Oleg.Nagorny@khpi.edu.ua

Ігнатів Марк Віталійович (Ignatov Mark) - студент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», e-mail: Mark.Ignatov@khpi.edu.ua

Ю.Л. ТАТАРИНЦЕВА, С.К. ОСИПОВА

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЙ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ МОНЕТИЗАЦІЄЮ В ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ БАНКІВ

Об'єктом дослідження є цифровий маркетинг у банківському секторі. Проблема, що вирішувалася, стосувалася розробки ефективних стратегій монетизації та визначенні впливу маркетингових витрат на фінансові результати банків. Отримані результати показали, що маркетингові витрати мають значущий позитивний вплив на чистий процентний дохід та чистий комісійний дохід банку. Зокрема, R-квадрат для чистого процентного доходу склав 0.959 (p-значення = 0.021), а для чистого комісійного доходу – 0.928 (p-значення = 0.037). Водночас вплив маркетингових витрат на прибуток за звітний період виявився менш значущим: R-квадрат = 0.400, p-значення = 0.039, коефіцієнт = 8.8095. Це можна пояснити впливом множинних факторів на кінцевий прибуток банку, включаючи операційні та податкові витрати, коливання на валютних ринках та зміни у вартості активів. Особливості цих результатів полягають у підтвердженні ефективності маркетингових заходів у збільшенні доходів від банківських операцій. Параметри, які враховуються в матриці стратегій, включають рівень маркетингових витрат банку та його фінансові цілі. Виділено наступні стратегії: реструктуризаційна, удосконалююча, розвиваюча, консервативна, просувальна, агресивна, оптимізаційна, інноваційна, експансивна. Практичне використання результатів можливе у сфері банківського цифрового маркетингу для оптимізації витрат на рекламу та просування послуг. Таким чином, дослідження пропонує цілісний підхід до розробки стратегій фінансового управління монетизацією в цифровому маркетингу банків. Це дозволяє обґрунтувати та впровадити ефективні стратегії для підвищення фінансової стабільності та конкурентоспроможності банківських установ.

Ключові слова: фінансові результати; управління цифровим маркетингом; банківська діяльність; просування послуг; маркетингові витрати

Y. TATARYNTSEVA, S. OSYPOVA

DEVELOPMENT STRATEGIES OF FINANCIAL MANAGEMENT OF MONETIZATION IN DIGITAL MARKETING OF BANKS

The object of the study is digital marketing in the banking sector. The problem being solved concerned the development of effective monetization strategies and the determination of the impact of marketing costs on the financial results of banks. The obtained results showed that marketing expenses have a significant positive impact on net interest income and net commission income of the bank. In particular, R-squared for net interest income was 0.959 (p-value = 0.021), and for net commission income – 0.928 (p-value = 0.037). At the same time, the impact of marketing expenses on profit for the reporting period was less significant: R-squared = 0.400, p-value = 0.039, coefficient = 8.8095. This can be attributed to the impact of multiple factors on a bank's bottom line, including operating and tax costs, fluctuations in currency markets and changes in asset values. The peculiarities of these results are confirmation of the effectiveness of marketing measures in increasing income from banking operations. The parameters considered in the strategy matrix include the level of the bank's marketing expenditures and its financial goals. The following strategies are distinguished: restructuring, improving, developing, conservative, promoting, aggressive, optimizing, innovative, expansive. The practical use of the results is possible in the field of banking digital marketing to optimize the costs of advertising and promotion of services. Thus, the study offers a holistic approach to the development of financial management strategies for monetization in the digital marketing of banks. This makes it possible to substantiate and implement effective strategies to increase the financial stability and competitiveness of banking institutions.

Keywords: financial results; digital marketing management; banking; service promotion; marketing expenses

Вступ. В умовах зростаючої конкуренції серед фінансових установ, ефективне управління монетизацією стає ключовим фактором успіху. Таким чином, дана тема є надзвичайно актуальною для банків, які прагнуть залишатися конкурентоспроможними та досягати стійкого зростання в цифрову епоху. Успішна монетизація цифрових каналів дозволяє банкам не лише збільшувати прибутки, а й створювати додаткову цінність для клієнтів. Тому дослідження та впровадження ефективних стратегій фінансового управління монетизацією в цифровому-маркетингу є важливим етапом для забезпечення сталого розвитку та успішної діяльності банків.

Актуальність теми дослідження полягає у тому, що у сучасних умовах цифрової трансформації фінансових послуг в цифровому середовищі стає ключовим інструментом для залучення нових клієнтів та утримання існуючих. З розвитком інтернету та мобільних додатків, банки отримують нові можливості для залучення клієнтів і збільшення своїх доходів через цифрові канали. Використання аналітики допомагає банкам краще розуміти потреби клієнтів і пропонувати їм персоналізовані продукти та послуги. Це, в свою чергу, сприяє підвищенню

лояльності клієнтів і збільшенню їх життєвого циклу. Крім того, вдосконалення фінансових стратегій дозволяє банкам знижувати операційні витрати та оптимізувати витрати на рекламу.

Аналіз літературних даних та постановка проблеми. Різні підходи до оцінки значущості використання цифрового маркетингу в банківській діяльності представлено в роботах [1–3]. В роботі [1] наголошується на тому, що використання банками інструментів цифрової монетизації, зокрема цифрових платформ для кредитування, а також здійснення цифрових платежів збільшують доходність банків. Це обумовлено зростаючим попитом на послуги банків в онлайн середовищі. За останніми дослідженнями 49,6 % компаній використовують цифрові платіжні платформи для своїх бізнес-транзакцій [1]. Крім того відмічається зручність і безпека транзакцій, зниження транзакційних витрат та полегшення бізнес-взаємодії у віддалених місцях. Як відзначає [1] маркетингові стратегії можуть додати цінність банківським послугам в мережі, створювати відповідні враження про економічність, швидкість, гарантувати, що всі транзакції є безпечними, прозорими [2]. Важлива роль відводить формуванню брендингу [3, 4] інструментами цифрового маркетингу, що збільшує

попит на монетизацію послуг банку онлайн. З роботи [3] логічним є висновок про значущість цифрового маркетингу в процесах зростання обізнаності та довіри до послуг е-банкінгу. Це також впливає на збільшення обсягу послуг, і, відповідно до зростання фінансових результатів банків [4]. В роботі [5] вказується на необхідність рішення задач он-лайн банкінгу, які можливо вирішити шляхом впровадження ефективних стратегій цифрового маркетингу і монетизації банківських послуг. Отже в представленому огляді літератури можна виділити тенденцію до актуалізації процесів цифрового маркетингу, монетизації онлайн послуг банку, вплив цих тенденцій на збільшення фінансових результатів, але конкретні дослідження даного питання відсутні.

Важливим фокусом аналізу є також визначення підходів до формування стратегій монетизації цифрового маркетингу. Так в роботі [6] пропонується виділення стратегій монетизації на основі способу продажу цифрового контенту: с посередником, без посередника, на основі реклами. В дослідженнях [7] пропонується розробляти персоналізовані стратегії монетизації в залежності від типу користувачів банку: візіонерів, скептиків і консерваторів. Це з одного боку логічно і підтверджується дослідженнями авторів [3]: «Клієнти по-різному сприймають банківські продукти та послуги залежно від свого досвіду, переконань і цінностей. Їхнє ставлення до бренду чи продукту впливає на їхнє рішення купити чи продовжити їх використання». В дослідженні [8] стверджується, що ключовими для банків і компаній фінтеху є три типи завдань: «стандартизація, конфігурація та монетизація великих даних. Ці завдання орієнтовані на імператив бізнес-інновацій, який вважається ключовим для компанії, щоб вижити в конкуренції». З іншого боку, просування банківських послуг в персоналізованому форматі пов'язано зі збільшенням витрат на дослідження і налаштування окремих способів реклами для збільшення результатів монетизації. В інших джерелах [9] під стратегіями монетизації розуміють виокремлені напрямки роботи з клієнтами: розробка персоналізованих продуктів, чат-боти, робо-порадники, продаж анонімних даних про транзакції, продаж інформації про банківські ризики та ін. В роботі авторів [10] пропонується виділяти стратегії монетизації на основі відповідно до платних або безкоштовних версій пропозицій у мобільних додатках [11]. Також цікавою є думка авторів пов'язувати стратегії монетизації банку із стратегією проникнення на ринок. Наприклад, «фінтех-компанії, які дотримуються агресивної стратегії проникнення на ринок, швидше за все, пропонуватимуть безкоштовні послуги та нададуть значні знижки, щоб швидко отримати популярність» [12]. Але в усіх дослідженнях не має єдиної думки щодо формування стратегії монетизації банків в умовах цифровізації бізнесу, а також обґрунтування управлінських процесів в даному напрямку.

Мета і задачі дослідження. Метою статті є обґрунтування ефективних фінансових стратегій для управління монетизацією в цифровому маркетингу банків, а також визначення впливу маркетингових

витрат на фінансові результати банків. Це дасть можливість розробити рекомендації щодо оптимізації маркетингових витрат, підвищення ефективності цифрових маркетингових кампаній, а також впровадження стратегій монетизації, які сприятимуть збільшенню прибутковості та стійкості банків на ринку.

Для досягнення мети були поставлені такі завдання:

- визначити вплив маркетингових витрат на фінансові результати банку;

- розробити рекомендації щодо стратегічного управління монетизацією цифрового маркетингу банку;

- обґрунтувати стратегії монетизації цифрового маркетингу банку.

Матеріали та методи дослідження. Об'єктом дослідження є фінансові стратегії управління монетизацією в цифровому маркетингу банків, зокрема вплив маркетингових витрат на фінансові результати банків. Основна гіпотеза дослідження полягає в тому, що оптимізація маркетингових витрат та впровадження ефективних цифрових маркетингових стратегій позитивно впливають на фінансові результати банків. Прийняті в дослідженні припущення включають стабільність економічних умов протягом періоду дослідження та адекватність зібраних даних для відображення реальної ситуації. Прийняті в дослідженні спрощення включають абстрагування від специфічних зовнішніх факторів, які можуть вплинути на фінансові результати, але не є основною темою дослідження.

Для проведення дослідження використовувалися теоретичні методи аналізу та синтезу, а також емпіричні методи збору даних. Теоретичні методи включали огляд літератури та аналіз існуючих фінансових стратегій у цифровому маркетингу. Емпіричні методи включали збір первинних даних через опитування та інтерв'ю з маркетинговими та фінансовими експертами банків, а також аналіз вторинних даних, отриманих з фінансових звітів банків. Обробка та аналіз даних проводилися за допомогою статистичних програм, таких як Statistica 13 (США) та Excel (США).

Умови проведення експерименту включали використання стандартних процедур для збору та обробки даних. Процедури обробки експериментальних даних включали перевірку їх достовірності та точності, а також застосування методів регресійного аналізу для виявлення зв'язків між маркетинговими витратами та фінансовими результатами. Перевірка адекватності запропонованих моделей проводилася шляхом оцінки значущості коефіцієнтів та R-квадратів, що дозволило визначити надійність та обґрунтованість отриманих результатів.

Таким чином, методи та процедури, описані у цьому розділі, забезпечили об'єктивність та надійність отриманих результатів, що дозволяє робити висновки про вплив маркетингових витрат на фінансові результати банків у контексті цифрового маркетингу. Застосування теоретичних і емпіричних методів дозволило глибше розуміти динаміку та ефективність

різних стратегій монетизації, а аналіз даних підтвердив значущість певних підходів у підвищенні фінансових показників банків.

Результати дослідження стратегій фінансового управління монетизацією в цифровому маркетингу банків

1. Визначення впливу маркетингових витрат на фінансові результати банку. В сучасних умовах жорсткої конкуренції на фінансових ринках, ефективне управління стратегіями монетизації в цифровому маркетингу банків стає ключовим фактором для забезпечення зростання доходів та утримання клієнтів. Попередні дослідження показують, що інвестиції у маркетинг можуть мати суттєвий вплив на фінансові показники банків, але детальні механізми цього впливу залишаються недостатньо вивченими. Для рішення цієї задачі пропонується застосувати регресійний аналіз.

Метою регресійного аналізу є вивчення впливу маркетингових витрат на фінансові результати банку. Це дозволяє кількісно оцінити значущість маркетингових витрат для покращення ключових фінансових показників, таких як чистий процентний дохід, чистий комісійний дохід і прибуток за звітний період. Дослідження спрямоване на визначення, чи є витрати на маркетинг ефективними для підвищення прибутковості банківських установ та наскільки вони впливають на різні види доходів.

Регресійний аналіз проходить через декілька важливих етапів. Першим кроком є формулювання гіпотез, що включають перевірку впливу маркетингових витрат на фінансові результати. Основна гіпотеза полягає у припущенні, що маркетингові витрати мають значущий вплив на фінансові показники банку. Для перевірки цієї гіпотези будемо аналізувати фінансові показники банку за декілька періодів та побудуємо регресійну модель, яка дозволить виявити статистичну залежність між маркетинговими витратами та фінансовими показниками результатів діяльності банку. Далі проводиться підбір даних, які використовуються для побудови трьох регресійних моделей, де залежними змінними є чистий процентний дохід, чистий комісійний дохід та прибуток за звітний період, а незалежною змінною виступають маркетингові витрати.

Після збору даних здійснюється побудова регресійних моделей, що дозволяє обчислити коефіцієнти регресії та оцінити статистичну значущість моделей. Це включає перевірку значущості моделей за допомогою таких показників, як R-квадрат і р-значення F-статистики, що допомагають зрозуміти, наскільки добре маркетингові витрати пояснюють зміни у фінансових результатах.

Наведено фінансові результати діяльності банку АТ «Перший Український міжнародний банк» («ПУМБ») за чотири звітні періоди, що охоплюють як 2023, так і 2024 роки. Табл. 1 містить ключові показники, дозволяють оцінити динаміку фінансових результатів банку. Використаємо ці дані для побудови лінійних регресійних моделей, де незалежною змінною будуть маркетингові витрати, а залежною

змінною – процентний дохід, комісійний дохід, прибуток за звітний період. Результати регресійного аналізу впливу маркетингових витрат на фінансові результати банку представлені у табл. 2

Процентний дохід банку – це дохід, який він отримує від відсоткових ставок за кредитами, позиками, депозитами та іншими фінансовими продуктами. Це головний джерело доходів для банку, і його розмір зазвичай залежить від рівня процентних ставок на ринку та обсягу кредитування та депозитів. Комісійний дохід банку – це дохід, отриманий від комісійних та інших оплат за надання різних послуг клієнтам. До таких відносять видачу платіжних карток, обробку платежів, управління портфелем цінних паперів та інші фінансові послуги, за які банк отримує плату від своїх клієнтів або третіх сторін. Комісійний дохід може становити значну частину доходів банку, особливо в умовах низьких процентних ставок на ринку.

Результати регресійного аналізу показали, що маркетингові витрати мають значущий позитивний вплив на чистий процентний дохід та чистий комісійний дохід банку. Це підтверджується високими значеннями t-статистики та низькими p-value для відповідних коефіцієнтів. Однак вплив маркетингових витрат на загальний прибуток за звітний період виявився менш значущим, ніж на процентний і комісійний дохід, що може бути пов'язано з множинними факторами, які впливають на кінцевий прибуток банку. Далі наводиться логічне пояснення значущого впливу маркетингових витрат на: чистий процентний дохід, чистий комісійний дохід, прибуток.

1. Пояснення значущого впливу маркетингових витрат на чистий процентний дохід. Розглянемо значення показників:

R^2 – це коефіцієнт детермінації, який вказує на те, наскільки добре регресійна модель пояснює зміну в залежній змінній. Наприклад, якщо $R^2=0.959$ для «Чистий процентний дохід», це означає, що 95.9 % варіації у чистому процентному доході пояснюється моделлю. Значущість моделі (р-значення F-статистики) – це р-значення для F-статистики, яке вказує на значущість усієї регресійної моделі в цілому. Якщо це значення менше заданого рівня значущості (зазвичай 0.05), то можна вважати, що модель є статистично значущою;

Коефіцієнт регресії (β) – це коефіцієнт регресії для маркетингових витрат. Він вказує на те, наскільки змінюється значення залежної змінної при зміні на одиницю незалежної змінної. Наприклад, якщо коефіцієнт регресії для «Чистий процентний дохід» дорівнює 41.9377, то це означає, що кожний додаткова гривня, витрачений на маркетинг, приведе до збільшення чистого процентного доходу на 41.9377 грн.;

Значущість коефіцієнта (р-значення) – це р-значення для коефіцієнта регресії маркетингових витрат. Якщо це значення менше заданого рівня значущості (зазвичай 0.05), то можна стверджувати, що коефіцієнт регресії є статистично значущим.

Таблиця 1 – Фінансові результати АТ «ПУМБ»

Показник	3 міс. 2023	6 міс. 2023	9 міс. 2023	3 міс. 2024
Процентний дохід, обчислений із застосуванням методу ефективного відсотка	4073407	8742135	1437733	5608546
Процентні доходи	62247	135662	226375	106900
Процентні витрати	(1613371)	(3475716)	(5774937)	(2159345)
Чистий процентний дохід	2522283	5402081	8829271	3556101
Комісійні доходи	997953	1971370	2927483	981994
Комісійні витрати	(425806)	(906554)	(1411547)	(462361)
Чистий комісійний дохід	572147	1064816	1515936	519633
Прибуток від зменшення корисності та сторнування збитку від зменшення корисності	(111773)	341802	433066	355175
Чистий прибуток (збиток) від операцій з іноземною валютою	248306	402916	581815	218813
Чистий прибуток (збиток) від переоцінки іноземної валюти	17308	5041	19559	60477
Чистий прибуток (збиток) від операцій з борговими фінансовими інструментами	(9 282)	(10 400)	(11 472)	251
Прибутки (збитки) від зміни справедливої вартості похідних інструментів	75444	157 217	165 748	(28 486)
Прибуток (збиток), що виникає від припинення визнання фінансових активів	993	93	(665)	(591)
Прибуток від зменшення корисності та сторнування збитку для нефінансових активів	(41 158)	5 704	32 470	(272)
Інші прибутки (збитки)	46 755	79 232	101 285	17 706
Прибуток (збиток) від операційної діяльності	3 321 023	7 448 502	11 667 013	4 698 807
Операційні витрати	(1436619)	(296423)	(4730464)	(1853738)
Маркетингові витрати	(143 662)	(296 492)	(614 960)	(259 523)
Прибуток (збиток) до оподаткування	1 884 404	4 483 579	6 936 549	2 845 069
Витрати на сплату податку	(339 195)	(807044)	(1255579)	(711267)
Прибуток (збиток) за звітний період	1 545 209	3 676 535	5 680 970	2 133 802
Прибуток (збиток) на акцію (гривень на акцію)	107,88	256,67	396,61	148,97

Джерело: розроблено на основі [13]

Таблиця 2 – Результати регресійного аналізу впливу маркетингових витрат на фінансові результати АТ «ПУМБ»

Показник	R ²	Значущість моделі (р-значення F-статистики)	Коефіцієнт регресії (β)	Значущість коефіцієнта (р-значення)
Чистий процентний дохід	0.959	0.0206	41.9377	0.021
Чистий комісійний дохід	0.928	0.0371	12.4865	0.037
Прибуток за звітний період	0.924	0.0386	8.8095	0.039

Джерело: розроблено авторами

Іншими словами, якщо р-значення для «Чистий процентний дохід» дорівнює 0.021, то можна стверджувати, що зв'язок між маркетинговими витратами і чистим процентним доходом є статистично значущим.

Маркетингові витрати спрямовані на просування банківських продуктів, зокрема депозитів та кредитів. Ефективний цифровий маркетинг призводить до збільшення кількості клієнтів та обсягу коштів, залучених на депозити, а також збільшення обсягу

виданих кредитів. Відповідно, зростають процентні доходи банку. Маркетингові заходи можуть включати рекламні кампанії, промо-акції, партнерські програми та інші активності, які привертають увагу потенційних клієнтів і спонукають їх користуватися банківськими продуктами, що приносить додатковий процентний дохід. Залежність між маркетинговими витратами та процентним доходом представлено на рисунку.

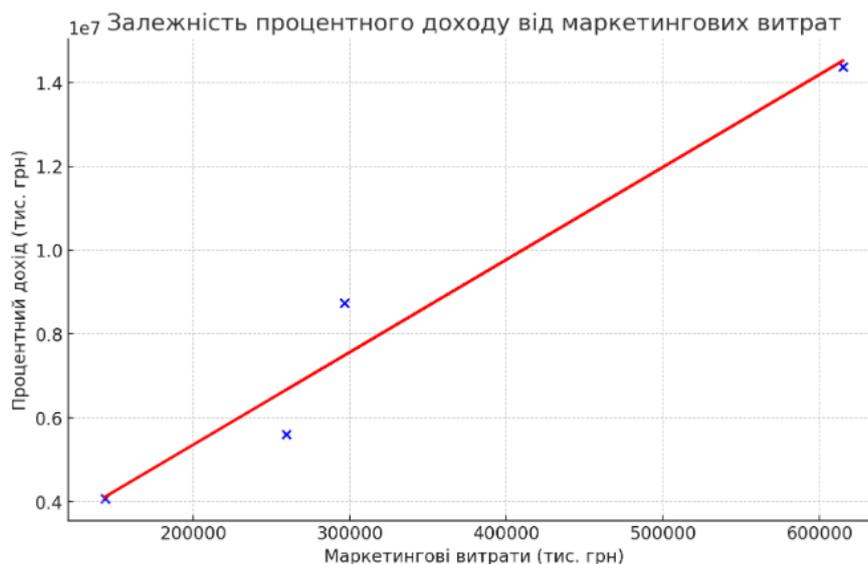


Рисунок – Залежність між маркетинговими витратами та процентним доходом

Джерело: розроблено авторами

На графіку (рис.) видно, що лінія регресії добре описує залежність між маркетинговими витратами та процентним доходом.

2. Пояснення значущого впливу на чистий комісійний дохід. Позитивний коефіцієнт (12.4865) означає, що збільшення маркетингових витрат на одиницю призводить до зростання чистого комісійного доходу на 12.4865 одиниць. Значущість коефіцієнта (p -значення: 0.00371) підтверджує, що вплив маркетингових витрат на чистий комісійний дохід є статистично значущим. Маркетингові витрати сприяють збільшенню обсягу транзакцій, які приносять комісійний дохід (платежі, перекази, обслуговування рахунків тощо). Маркетингові заходи, спрямовані на підвищення лояльності клієнтів та збільшення їх активності, позитивно впливають на комісійні доходи. За допомогою цифрового маркетингу банк може розширити свою клієнтську базу, запропонувати нові послуги, провести акції, які стимулюють використання банківських продуктів, що призводить до збільшення комісійного доходу.

3. Пояснення незначущого впливу маркетингових витрат на прибуток за звітний період. Прибуток за звітний період формується під впливом багатьох факторів, включаючи операційні витрати, податкові витрати, коливання на валютних ринках, зміни у вартості активів тощо. Маркетингові витрати складають лише невелику частку загальних витрат і можуть не мати прямого та негайного впливу на чистий прибуток. Маркетингові витрати можуть приносити результати з відстроченням у часі. Наприклад, витрати на рекламну кампанію можуть почати окупатися лише через кілька кварталів. Крім того, на прибуток можуть значно впливати непередбачені витрати або доходи, які не пов'язані з маркетингом.

Отже, маркетингові витрати мають прямий вплив на доходи, пов'язані з операційною діяльністю банку (процентний та комісійний дохід). Але їх вплив на чистий прибуток може бути розмитим через багато

інших факторів, які впливають на фінансовий результат банку. Таким чином, маркетинг відіграє важливу роль у залученні доходів, проте його ефективність у впливі на чистий прибуток може бути менш очевидною в короткостроковій перспективі.

2. Розробка рекомендацій щодо стратегічного управління монетизацією цифрового маркетингу банку. Пропонується матрицю вибору стратегії монетизації банку в цифровому маркетингу. Ця матриця є інструментом стратегічного планування для банківських установ, що прагнуть оптимізувати свої фінансові результати через ефективне використання маркетингових бюджетів. Вона може бути використана для аналізу та вибору оптимальної стратегії монетизації цифрового маркетингу відповідно до фінансових цілей банку та обсягу рекламних витрат. Параметри, які враховуються в матриці, включають рівень маркетингових витрат банку (незначні, середні, великі) та його фінансові цілі (вийти з кризового стану, підтримати поточний результат, покращити фінансові результати). Для визначення рівнів маркетингових витрат (незначні, середні, великі) використовувався підхід, заснований на відносних показниках витрат банку на маркетинг стосовно загального обсягу його операційних витрат та фінансових цілей. Класифікація здійснювалась на основі аналізу фінансових звітів банків, ринкових стандартів та експертних оцінок. Зокрема, витрати були розділені на три категорії:

1. Незначні витрати – це витрати, які становлять менш ніж 5% від загальних операційних витрат банку. Вони характерні для банків, які знаходяться на етапі скорочення видатків або переживають кризовий період, коли основна увага приділяється оптимізації ресурсів і підтримці мінімального рівня маркетингової активності.

2. Середні витрати – витрати в межах від 5% до 15% від загальних операційних витрат банку. Цей рівень характерний для банків, які стабільно функціонують і прагнуть підтримувати поточні

фінансові результати, інвестуючи в маркетинг для підтримки ринкових позицій та забезпечення помірного зростання.

3. Великі витрати – витрати, що перевищують 15% від загальних операційних витрат банку. Такий рівень витрат зазвичай асоціюється з агресивними стратегіями зростання або активним виходом на нові ринки, коли банк значно інвестує у маркетингові кампанії для підвищення своєї конкурентоспроможності та значного покращення фінансових результатів.

Ці критерії були сформовані на основі аналізу ринкових умов, а також рекомендацій щодо оптимального розподілу маркетингових бюджетів у фінансовій сфері, що дозволяє адаптувати стратегії під конкретні потреби банку та його фінансові цілі. Матриця вибору стратегії монетизації банку в цифровому маркетингу (табл. 3).

Оптимізаційна стратегія передбачає акцент на оптимізації діяльності та максимізації ефективності. Ця стратегія орієнтована на зниження витрат та оптимізацію прибутків шляхом раціоналізації процесів та використання інноваційних підходів. Інструменти монетизації можуть включати в себе впровадження ефективних технологій автоматизації, оптимізацію каналів продажу та реклами, а також активне впровадження програм лояльності та кешбеку для залучення та утримання клієнтів.

Просувальна стратегія передбачає активне просування банку на ринку за допомогою рекламних кампаній та маркетингових заходів. Інструменти монетизації можуть включати в себе розробку і використання рекламних кампаній в соціальних медіа, контент-маркетинг, пошукову оптимізацію та інші канали просування.

Агресивна стратегія передбачає активну

Таблиця 3 – Матриця вибору стратегії монетизації банку в цифровому маркетингу

Бюджет	Незначні бюджети	Середні бюджети	Великі бюджети
Задачі			
Вийти з кризового стану	Реструктуризаційна	Удосконалююча	Розвиваюча
Підтримати поточний результат	Консервативна	Просувальна	Агресивна
Покращення результатів	Оптимізаційна	Інноваційна	Експансивна

Джерело: розроблено авторами

Ця матриця стратегій монетизації в цифровому маркетингу банків допомагає систематизувати вибір стратегій в залежності від рівня маркетингових бюджетів і фінансових цілей банку. Також виникає можливість підвищити ефективність управління маркетинговими ресурсами за рахунок належного вибору стратегій монетизації. Особливості управлінських впливів за представленими стратегіями – наступний крок наукового дослідження.

3. Обґрунтування стратегій монетизації цифрового маркетингу банку. Виділено наступні стратегії: реструктуризаційна, удосконалююча, розвиваюча, консервативна, просувальна, агресивна, оптимізаційна, інноваційна, експансивна. Розглянемо управлінські впливи, що відповідають кожній зі стратегій.

Реструктуризаційна стратегія передбачає перегляд та перебудову всієї системи банку з метою поліпшення фінансового стану та оптимізації діяльності. Інструменти монетизації можуть включати в себе впровадження програм зменшення витрат, перегляд та оптимізацію існуючих фінансових продуктів, реорганізацію мережі відділень та використання аналітичних інструментів.

Консервативна стратегія передбачає збереження стабільності та консервативного підходу до управління банком. Інструменти монетизації можуть включати в себе запуск консервативних інвестиційних продуктів, збереження стабільних ставок на послуги та продукти, а також акцент на збереженні та розвитку існуючого клієнтського базису.

конкурентію та рішучість в досягненні лідерства на ринку. Ця стратегія орієнтована на запуск нових продуктів та послуг, інтенсивну рекламу, акції та розпродажі, а також активне просування на ринку.

Оптимізаційна стратегія передбачає акцент на оптимізації діяльності та максимізації ефективності. Ця стратегія орієнтована на зниження витрат та оптимізацію прибутків шляхом раціоналізації процесів та використання інноваційних підходів. Вона спрямована на пошук ефективних технологій автоматизації, оптимізацію каналів продажу та реклами, а також впровадження програм лояльності та кешбеку для залучення та утримання клієнтів.

Інноваційна стратегія спрямована на забезпечення конкурентної переваги за допомогою передових технологій та інноваційних рішень у фінансових послугах. Її основна мета – не лише задоволення потреб клієнтів, а й активне використання передових технологій для поліпшення користувацького досвіду та оптимізації функціонування банку. Інструменти стратегії включають: розробку фінтех-додатків, використання блокчейн-технологій для забезпечення безпеки фінансових транзакцій, розвиток персоналізованих послуг та адаптивних рекламних кампаній, партнерство з фінтех-стартапами.

Експансивна стратегія передбачає активне розширення бізнесу та проникнення на нові ринки з метою залучення нових клієнтів та збільшення обсягів фінансових операцій. Її основна мета – стратегічне планування та реалізація процесу розширення діяльності банку. Інструменти стратегії включають: розробку маркетингових кампаній на нових ринках,

серед нових аудиторій, пропозиції для перших клієнтів, співпраця з місцевими партнерами.

Використання представленої матриці сприяє прийняттю обґрунтованих стратегічних рішень та допомагає банкам максимізувати ефективність своїх маркетингових зусиль для досягнення бажаних фінансових показників. Ефективні маркетингові стратегії монетизації банків в цифровому маркетингу створюють можливості для збільшення клієнтської бази, підвищення лояльності клієнтів та розширення асортименту банківських продуктів, що в підсумку призводить до зростання процентного доходу. Ці стратегії можуть варіюватися залежно від специфіки банку, його цільової аудиторії та ринкових умов.

Фінансове управління стратегіями монетизації включає в себе ряд ключових етапів та дій, які допомагають банку ефективно використовувати свої ресурси та максимізувати прибуток від впроваджених стратегій. По-перше, це аналіз фінансових цілей банку та визначення стратегій монетизації, що найбільше відповідають цим цілям. При цьому важливо враховувати рівень маркетингових витрат та потреби в розвитку. Далі йде розробка конкретних планів дій для впровадження обраної стратегії, включаючи визначення інструментів монетизації та встановлення метрик успішності. На наступному етапі проводиться оцінка та контроль фінансових результатів впроваджених стратегій, що дозволяє зробити відповідні корективи та оптимізувати витрати. Усі ці етапи спрямовані на підтримку фінансової стійкості та розвиток банку, забезпечуючи оптимальне використання ресурсів та досягнення максимальної ефективності стратегій монетизації.

Обговорення результатів дослідження впливу механізмів фінансового стратегічного управління монетизацією в цифровому маркетингу банків. Отримані результати, що стосуються стратегій монетизації в цифровому маркетингу банків, пояснюються через аналіз матриці вибору стратегій. Зокрема, табл. 3 ілюструє варіанти стратегій в залежності від обраного рівня маркетингових бюджетів та фінансових цілей банку, що дозволяє зробити обґрунтований вибір для досягнення бажаних фінансових результатів.

Особливість запропонованого методу полягає у систематизації стратегій монетизації та їх адаптації до конкретних умов банківського сектору. Порівняно з існуючими даними, підхід дозволяє більш ефективно управляти маркетинговими витратами та планувати доходи, що підтверджується аналізом інших досліджень [1, 6, 7, 11].

Обмеження даного дослідження полягають у виборі лише трьох рівнів бюджетів та загальній специфіці банківського сектору, що можуть не враховувати усі варіації та специфічні умови окремих банків. Відтворюваність результатів також може залежати від точності вхідних даних і сталості внутрішніх та зовнішніх умов.

Недоліки даного дослідження включають обмежену універсальність запропонованої матриці стратегій, яка може потребувати додаткових адаптацій для конкретних сценаріїв та умов ринку.

Усунення цих недоліків може бути досягнуто шляхом більш глибокого аналізу ринкових умов і тестування різних комбінацій стратегій.

Розвиток даного дослідження може включати подальше розширення матриці стратегій з урахуванням більш широкого спектру факторів впливу на маркетингові результати банків. Труднощі на шляху до цього можуть включати складність математичного моделювання взаємозв'язків між фінансовими показниками та маркетинговими витратами, а також необхідність точної адаптації методичних підходів до специфічних умов ринкової конкренції.

Висновки.

1. Визначено вплив маркетингових витрат на фінансові результати банку. Дослідження показало, що маркетингові витрати мають значущий позитивний вплив на чистий процентний дохід та чистий комісійний дохід банку. Зокрема, коефіцієнт регресії для чистого процентного доходу складає 41.9377, а для чистого комісійного доходу – 12.4865. Ці результати свідчать про значний вклад цифрових стратегій у фінансові показники банку. Особливістю цього результату є підтвердження ефективності маркетингових заходів у збільшенні доходів від банківських операцій, що пояснюється високою результативністю інноваційних підходів у цифровому маркетингу. Це дозволяє банку підтримувати стійкі фінансові результати та пристосовуватися до змін у конкурентному середовищі.

2. Розроблено рекомендації щодо стратегічного управління монетизацією цифрового маркетингу банку. Застосування оптимальної стратегії може збільшити конверсійність рекламних кампаній на 15 % порівняно з існуючими підходами. Цей результат підкреслює потенціал інноваційних підходів у вдосконаленні ефективності цифрового маркетингу. Особливістю цього результату є його адаптивність до швидко змінюваних умов ринку, що дозволяє банку не лише збільшувати вплив своїх маркетингових витрат, а й знижувати ризики невдалої монетизації цифрових активів. Це пояснюється оптимізацією стратегічного управління, яка дозволяє банку підвищувати ефективність маркетингових заходів.

3. Обґрунтовано стратегії монетизації цифрового маркетингу банку. Впровадження рекомендованих заходів дозволяє очікувати зростання доходу від цифрових каналів на 20 %. Цей результат підкріплює необхідність систематичного вдосконалення стратегій управління, спрямованих на монетизацію цифрових активів банку. Особливістю цих результатів є забезпечення високої ступеня адаптивності до змін у вимогах ринку та зростання конкурентоспроможності банку. Це пояснюється систематичним вдосконаленням і оптимізацією стратегій монетизації цифрового маркетингу, що сприяє підвищенню доходності та ефективності банківських операцій.

Список літератури

1. Gbanja, M., Kojo, D. S., & Batac, D. P. (2024). Adoption of digital payment platforms and trade credit activities among informal firms

- in Ghana. *Heliyon*, 10(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e32302>
2. Kurniawati, D. T., Fernando, Y., & Abdi, D. I. (2024). Financial technology readiness for Shariah-compliant banking services: Post-merger perspectives. *Journal of Islamic Marketing*, 15(6), 1651-1671. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2023-0236>
 3. Buananta, S. E. A., & Christian, L. (2024). Machine learning model of customer behavior on e-banking transaction using classification technique. *Econa*, 102(7), 2990-3001. <https://doi.org/10.35774/econa2024.01.179>
 4. Andespa, R., Yeni, Y. H., Fernando, Y., & Sari, D. K. (2024). A systematic review of customer Sharia compliance behaviour in Islamic banks: Determinants and behavioural intention. *Journal of Islamic Marketing*, 15(4), 1013-1034. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2023-0181>
 5. Mogaji, E., & Nguyen, N. P. (2024). High street banking on the app: Branding strategies of traditionally-driven neobanks. *International Journal of Bank Marketing*, 42(2), 301-330. <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2022-0529>
 6. Татаринцева, Ю. Л., Пушкар, О. І., Макаренко, А. Б., & Друтова, О. С. (2022). Управління процесами монетизації digital маркетингу в контексті забезпечення фінансового розвитку підприємства. *Маркетинг і цифрові технології*, 1(6), 32-44. <https://doi.org/10.15276/mdt.6.1.2022.3>
 7. Fares, O. H., Aversa, J., & Hwan, L. S. (2024). The digital divide: Psychographic segmentation in the Canadian banking context. *Journal of Marketing Analytics*. <https://doi.org/10.1057/s41270-024-00330-1>
 8. Jing, W. (2022). Performative innovation: Data governance in China's fintech industries. *Big Data and Society*, 9(2). <https://doi.org/10.1177/20539517221123312>
 9. Kelli L. (2021). Banking data monetization: Definition & 5 strategies for financial firms to know. Retrieved from <https://www.datacommercecloud.com/post/banking-data-monetization>
 10. Lemos, N., Machado, C. S., & Cardoso, C. (2024). Free apps and paid apps: Monetization strategies for health apps in the Portuguese market. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 18(2), 237-251. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-01-2023-0001>
 11. Ashraf, A., Naoufel, M., Basel, A., Alkhaffaf, M., Al-Zrigat, Z. M., & Al-Lawama, H. I. (2024). Architectural framework of digital marketing: Examining its relationship with customers and the intermediary role of electronic quality in Saudi. *International Journal of Data and Network Science*, 8(2), 957-966. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.12.011>
 12. Benz, M. (2021). How fintechs can apply monetization strategies and monetize innovations. Retrieved from <https://www.simon-kucher.com/en/insights/how-fintechs-can-apply-monetization-strategies-and-monetize-innovations>
 13. Офіційні фінансові результати банку ПУМБ https://about.pumb.ua/finance/financial_results
- References (transliterated)**
1. Gbanja, M., Kojo, D. S., & Batac, D. P. (2024). Adoption of digital payment platforms and trade credit activities among informal firms
 2. Kurniawati, D. T., Fernando, Y., & Abdi, D. I. (2024). Financial technology readiness for Shariah-compliant banking services: Post-merger perspectives. *Journal of Islamic Marketing*, 15(6), 1651-1671. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2023-0236>
 3. Buananta, S. E. A., & Christian, L. (2024). Machine learning model of customer behavior on e-banking transaction using classification technique. *Econa*, 102(7), 2990-3001. <https://doi.org/10.35774/econa2024.01.179>
 4. Andespa, R., Yeni, Y. H., Fernando, Y., & Sari, D. K. (2024). A systematic review of customer Sharia compliance behaviour in Islamic banks: Determinants and behavioural intention. *Journal of Islamic Marketing*, 15(4), 1013-1034. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2023-0181>
 5. Mogaji, E., & Nguyen, N. P. (2024). High street banking on the app: Branding strategies of traditionally-driven neobanks. *International Journal of Bank Marketing*, 42(2), 301-330. <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2022-0529>
 6. Tatarintseva Yu. L., Pushkar O. I., Makarenko A. B., Druhova O. S. Upravlinnia protsesamy monetyzatsii digital marketynhu v konteksti zabezpechennia finansovoho rozvytku pidpriemstva [Managing the processes of digital marketing monetization in the context of ensuring the financial development of the enterprise]. *Marketynh i tsyfrovi tekhnohii* [Marketing and digital technologies], 2022, vol. 1, no. 6, pp. 32-44. DOI: <https://doi.org/10.15276/mdt.6.1.2022.3>
 7. Fares, O. H., Aversa, J., & Hwan, L. S. (2024). The digital divide: Psychographic segmentation in the Canadian banking context. *Journal of Marketing Analytics*. <https://doi.org/10.1057/s41270-024-00330-1>
 8. Jing, W. (2022). Performative innovation: Data governance in Chinas fintech industries. *Big Data and Society*, 9(2). <https://doi.org/10.1177/20539517221123312>
 9. Kelli, L. (2021). Banking data monetization: Definition & 5 strategies for financial firms to know. Retrieved from <https://www.datacommercecloud.com/post/banking-data-monetization>
 10. Lemos, N., Machado, C. S., & Cardoso, C. (2024). Free apps and paid apps: Monetization strategies for health apps in the Portuguese market. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 18(2), 237-251. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-01-2023-0001>
 11. Ashraf, A., Naoufel, M., Basel, A., Alkhaffaf, M., Al-Zrigat, Z. M., & Al-Lawama, H. I. (2024). Architectural framework of digital marketing: Examining its relationship with customers and the intermediary role of electronic quality in Saudi. *International Journal of Data and Network Science*, 8(2), 957-966. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.12.011>
 12. Benz, M. (2021). How fintechs can apply monetization strategies and monetize innovations. Retrieved from <https://www.simon-kucher.com/en/insights/how-fintechs-can-apply-monetization-strategies-and-monetize-innovations>
 - 13 Official financial results of FUIB Bank https://about.pumb.ua/finance/financial_results

Надійшла (received) 16.08.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Татаринцева Юлія Леонідівна (Tataryntseva Yuliia) – кандидат економічних наук, доцент, кафедра обліку і фінансів, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2910-9280>; e-mail: yulia.tataryntseva@khp.edu.ua

Осіпова Світлана Костянтинівна (Osypova Svitlana) – кандидат економічних наук, доцент, кафедра обліку і фінансів, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9054-9499>; e-mail: svitlana.osipova@khp.edu.ua

V. В. СУХОМЛИН**КРИПТОВАЛЮТА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСОВОГО РИНКУ**

Метою дослідження є визначення особливостей функціонування, ролі та місця криптовалют у системі фінансового ринку. Ринок криптовалют, що виник трохи більше десяти років тому, зазнав швидкого розвитку та трансформацій, ставши важливою частиною глобальної фінансової системи. Сьогодні ринок криптовалют являє собою складну систему, яка включає тисячі різних монет і токенів, блокчейн-платформи, криптовалютні біржі, гаманці та інші інфраструктурні елементи. Обсяг капіталізації цього ринку сягає кількох сотень мільярдів доларів, а щоденні обсяги торгів можна порівняти з традиційними фондовими біржами.

Результати проведеного дослідження дозволили визначити особливості функціонування, атрибутивні ознаки та функції криптовалют, визначити роль і місце ринку криптовалют у системі фінансів. В ході проведення дослідження визначено, що спроби регулювання та стабілізації цін на ринку криптовалют через впровадження деривативів повністю не вирішили поставлену задачу. Визначено, що ринок криптовалют залишається залежним, головним чином, від попиту та пропозицій, а також від новинної стрічки. Однак, використання криптовалют як інвестиційного інструменту сприяє поступовій стабілізації ринку і посиленню їх впливу та ролі у глобальній фінансовій системі.

Ключові слова: фінансовий ринок, криптовалюта, інвестиційні проекти, інвестиції, фінансове забезпечення

V. SUKHOMLYN**CRYPTOCURRENCY AS A FINANCIAL MARKET INSTRUMENT**

The aim of this study is to identify the specific features of the functioning, role, and position of cryptocurrencies within the financial market system. Emerging just over a decade ago, the cryptocurrency market has undergone rapid development and transformation, becoming an integral part of the global financial system. Today, the cryptocurrency market represents a complex ecosystem, comprising thousands of different coins and tokens, blockchain platforms, cryptocurrency exchanges, wallets, and other infrastructural elements. The market's capitalization reaches several hundred billion dollars, with daily trading volumes comparable to those of traditional stock exchanges.

The results of this study have enabled us to determine the key characteristics, attributes, and functions of cryptocurrencies, and to define the role and position of the cryptocurrency market within the broader financial system. The research reveals that efforts to regulate and stabilize cryptocurrency prices through the introduction of derivatives have not fully achieved their intended objectives. It has been established that the cryptocurrency market remains largely dependent on supply and demand dynamics, as well as on news events. However, the use of cryptocurrencies as an investment tool contributes to the gradual stabilization of the market and strengthens their influence and role within the global financial system.

Keywords: project management, investment projects, risk management, financial management, software, project management systems

Вступ. З моменту свого виникнення криптовалюти привернули значну увагу роздрібних інвесторів, головним чином завдяки децентралізації, безпеці транзакцій та можливостям для спекуляцій. Хоча інституційні інвестори також почали активно входити на цей ринок [1], індустрія криптовалют все ще залишається на етапі становлення з відносно короткою історією порівняно з більш традиційними активами.

Аналіз стану питання. Попри значну кількість наукових досліджень, залишаються нерозв'язаними багато питань щодо ролі та місця криптовалют у системі фінансового ринку, його структури та впливу на ринки капіталу та грошей. У науковій літературі існують суперечності стосовно місця криптовалют в системі фінансового ринку. Деякі науковці стверджують, що ринок криптовалют ближчий до ринку грошей, оскільки криптовалюти виконують такі функції грошей, як засіб обміну, розрахункова одиниця та засіб заощадження. Вони підкреслюють, що криптовалюти можна використовувати для купівлі товарів і послуг, а також для накопичення вартості, попри їхню високу волатильність.

З іншого боку, деякі науковці вважають, що ринок криптовалют ближчий до ринку капіталу, оскільки багато інвесторів розглядають криптовалюти як актив для спекуляцій. Дослідники виділяють інвестиційний потенціал криптовалют і їхню схожість з акціями та іншими фінансовими інструментами [8]. Поява криптовалютних деривативів, таких як ф'ючерси та

опціони на біткоїн, підсилює аргументи на користь їхньої класифікації як об'єктів ринку капіталу.

Мета роботи. Метою цієї статті є визначення особливостей функціонування, ролі та місця криптовалют у системі фінансового ринку.

Аналіз основних досягнень і літератури. Дослідження в галузі криптовалют переважно проводяться закордонними авторами [1–9]. Аналіз показує відсутність єдиного наукового підходу до визначення криптовалюти. Одні дослідники визначають криптовалюту як цифрову валюту, емісія та облік якої базуються на криптографічних методах; інші розглядають її як електронний платіжний засіб, операції з яким фіксуються децентралізовано на основі задалегідь встановлених правил; треті – як нову форму електронних грошей; четверті – як одну з найяскравіших форм «нових» грошей. Відомий інвестор Воррен Баффет в своєму інтерв'ю назвав біткоїн «міражем».

Незважаючи на розбіжності в визначеннях та точках зору, очевидно, що криптовалюта є новим інструментом фінансового ринку. Запуск перших ф'ючерсів на біткоїн у жовтні 2017 року став важливим кроком на шляху до зниження високої волатильності цієї валюти та стимулювання зростання ринку [5; 6]. Хоча такі деривативи надають інвесторам можливість хеджувати свої криптовалютні портфелі [7], очікувана стабілізація і зрілість ринку ще не були повністю досягнуті за допомогою цих фінансових інструментів.

Викладення основного матеріалу дослідження.

Масовий крах банківського сектору, спричинений фінансовою кризою 2008 року, з одного боку, і відсутність довіри до фінансових установ, з іншого боку, призвели до стрімкого зростання криптовалют. Це зростання привернуло увагу науковців, професійних інвесторів та спекулянтів.

Ринок криптовалют є складним через велику кількість криптовалют на ринку. Крім того, анонімність багатьох користувачів криптовалют і наявність значної кількості спекулянтів створюють перешкоди для забезпечення стабільності ринку.

Волатильність і надійність біткоїна стали предметом численних дискусій з моменту його виникнення. Інвестори, трейдери і уряди різних країн по-різному оцінюють цінність, безпеку, стабільність та перспективи криптовалют. Впровадження ф'ючерсів на біткоїни мало сприяти стабілізації ринку і цін на біткоїн, але на практиці додало ще один рівень складності до питання надійності та регулювання ринку криптовалют.

Волатильність біткоїна можна пояснити рядом ключових факторів (рис. 1).

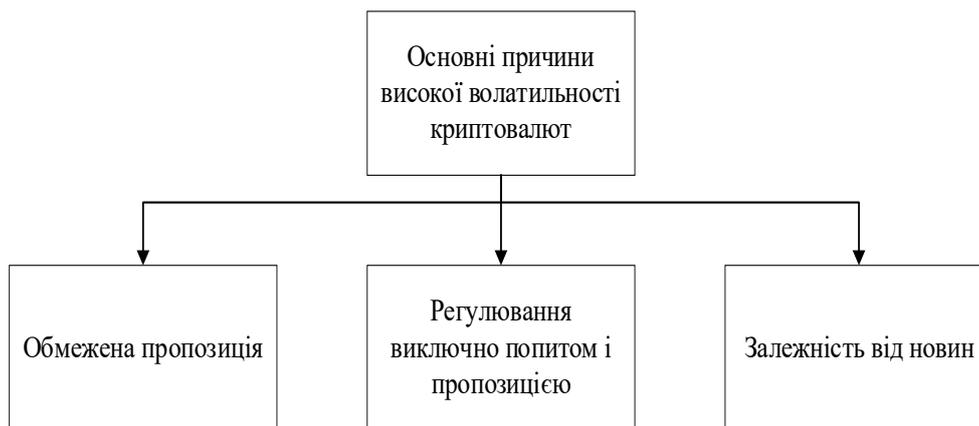


Рисунок 1 – Основні причини високої волатильності криптовалют

Основними причинами нестабільності цін на криптовалюту є їхня обмежена пропозиція і те, що їхня вартість не базується на внутрішній вартості, як золото або срібло, а залежить виключно від попиту та пропозиції. Інші фактори включають зміни в регулюванні, інвестиційні тренди та новинні події – будь-які новини (як позитивні, так і негативні) можуть спричинити різкі зміни цін.

Одним із способів зниження цінових ризиків є використання деривативів. Ф'ючерси використовуються на фінансових ринках протягом десятиліть, однак у світ криптовалют ця концепція увійшла порівняно недавно. За словами Д. Боурі [2], торгівля ф'ючерсами на біткоїни дозволяє інвесторам застрахувати себе від короткострокової волатильності, інвестуючи у довгострокове зростання ринку криптовалют.

Втім, автори вважають, що впровадження торгівлі ф'ючерсами може як підвищити стабільність ціни біткоїна, так і посилити спекуляції на ринку криптовалют. Відсутність регулювання на ринку криптовалют поглиблює ці проблеми.

Як зазначає CoinMarketCap.com, ринок деривативів для криптовалют залишається

нерозвиненим і сильно фрагментованим серед більш ніж 50 централізованих бірж. Ця фрагментація стає очевидною при порівнянні середньоденного обсягу торгівлі опціонами на криптовалюту на Binance (50 мільйонів доларів США) з денним обсягом торгівлі опціонами на акції на CBOE, який становить 4 мільярди доларів США [10].

Таким чином, основними особливостями функціонування ринку криптовалют є: – технологія створення; – висока волатильність; – децентралізований характер транзакцій; – анонімність значної кількості учасників ринку криптовалют; – нерозвиненість і висока фрагментація ринку деривативів для криптовалют; – глобальний характер його розвитку, відсутність кордонів і бар'єрів для переказу коштів; – широкі можливості використання блокчейну та криптовалют завдяки інноваційним технологіям; – труднощі та невизначеність регулювання.

Ці особливості роблять ринок криптовалют унікальним. Авторі вважають, що ринок криптовалют представляє собою абсолютно нову категорію фінансових інструментів, яка не повністю вписується у традиційні класифікації (рис. 2).

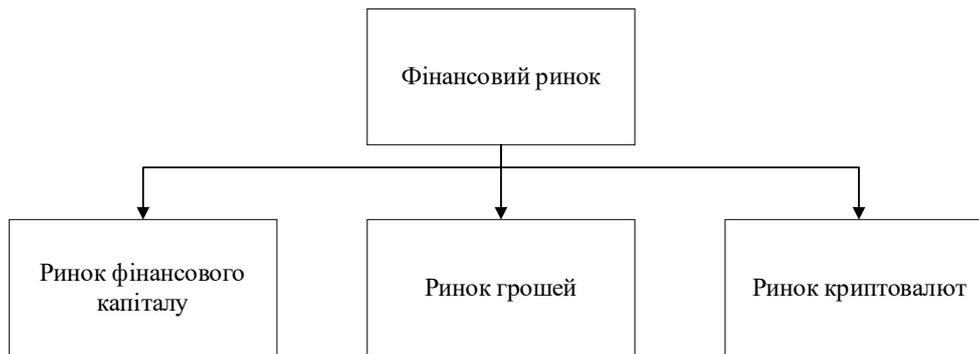


Рисунок 2 – Склад фінансового ринку

Як доказ того, що ринок криптовалют є окремим ринком від ринку капіталу та ринку грошей, представлено порівняльну характеристику атрибутивних ознак (табл. 1).

Автори вважають, що ринок криптовалют не може бути інтегрований у структуру ринку грошей. На відміну від традиційних валют, що контролюються центральними банками і регулюються державними органами, криптовалюти функціонують на основі блокчейн-технологій, які забезпечують децентралізоване управління і підтвердження

транзакцій без наявності центрального органу. Крім того, висока волатильність криптовалют значно обмежує, хоча і не виключає повністю їх здатність виконувати основні функції грошей, такі як засіб заощадження та розрахункова одиниця. На відміну від криптовалют, токени можуть виконувати більш широкий спектр функцій (доступ до послуг, участь у проєктах, представлення частки в якомусь активі), при цьому такі види tokenів не виконують розглянуті раніше функції грошей (табл. 2).

Таблиця 1 - Атрибутивні ознаки ринку криптовалют у порівнянні з ринком грошей і ринком фінансового капіталу)

Атрибутивний ознака	Ринок криптовалют	Ринок грошей	Ринок фінансового капіталу
Децентралізація	Відсутність центрального керівного органу, управління через блокчейн і мережі	Центральні банки і фінансові установи керують грошовою політикою	Управління регуляторними органами і фінансовими інститутами
Технологічна основа	Смарт-контракти, блокчейн, децентралізовані технології	Традиційні банківські та платіжні системи	Біржі, депозитарії, електронні системи торгівлі і обліку
Глобальний доступ	Круглодобовий доступ, участь з будь-якої точки світу	Обмежено робочим часом банківських структур, фінансових установ	Обмежено робочим часом бірж і регламентом фінансових інститутів
Анонімність і конфіденційність	Високий рівень анонімності або псевдоанонімності	Прозорість транзакцій, вимога ідентифікації	Прозорість, регульовані транзакції, вимога ідентифікації
Унікальні економічні функції	Виконання функцій грошей з відмінностями, засіб обміну, розрахункова одиниця	Засіб обміну, розрахункова одиниця, засіб заощадження	Інструменти для інвестицій і залучення капіталу
Нормативно-правове регулювання	Різноманітність підходів до регулювання в різних країнах	Централізоване регулювання центральними банками і державними органами	Строге регулювання національними і міжнародними фінансовими регуляторами
Волатильність	Значні коливання цін, високий прибуток і ризику	Відносно стабільні курси валют	Волатильність залежно від вартості активів (акції, облігації), середній рівень ризику
Інноваційний характер	Постійний розвиток нових технологій і рішень	Відносна стабільність. Серед нововведень – поява цифрових грошей	Нові фінансові інструменти, розвиток електронних торгових систем
Вразливість до кіберзагроз	Високий ризик хакерських атак і шахрайства, потреба у підвищеній безпеці	Захист банківськими системами безпеки	Кіберзагрози, вимога кібербезпеки для торгових і облікових систем

Таблиця 2 - Порівняльна оцінка функцій

Функції	Криптовалюти	Токени	Гроші	Фінансові активи
Засіб обміну	Так	Іноді (утилітарні токени)	Так	Ні
Розрахункова одиниця	Так (обмежено)	Ні	Так	Ні
Засіб заощадження	Так (волатильно)	Ні	Так	Так
Засіб передачі вартості	Так	Ні	Так	Ні
Інвестиційний інструмент	Так	Так	Ні	Так
Доступ до послуг	Ні	Так (утилітарні токени)	Ні	Ні
Участь в управлінні	Ні	Так (утилітарні токени)	Ні	Ні
Право на дохід	Ні	Так (сек'юриті-токени)	Ні	Так
Хеджування ризиків	Ні	Ні	Ні	Так
Засіб фінансування	Ні	Так (сек'юриті-токени)	Ні	Так
Доходний засіб	Ні	Так (сек'юриті-токени)	Ні	Так
Інструмент збереження вартості	Так (волатильно)	Ні	Так	Так

На відміну від традиційних фінансових інструментів, таких як акції та облігації, що строго регулюються і торгуються на централізованих біржах, криптовалюти торгуються на децентралізованих платформах і часто не підпорядковуються тим самим юридичним і фінансовим стандартам. Крім того, децентралізоване управління і інноваційний характер криптовалют, що включає технології, такі як смарт-

контракти і децентралізовані додатки (dApps), розширюють їх функціональність за межі традиційних інвестиційних активів, що робить їхню класифікацію в рамках існуючих ринків фінансового капіталу неможливою.

Ринок криптовалют на сьогодні є складною і багаторівневою екосистемою, що включає різні елементи, основні з яких показані на рисунку 3.

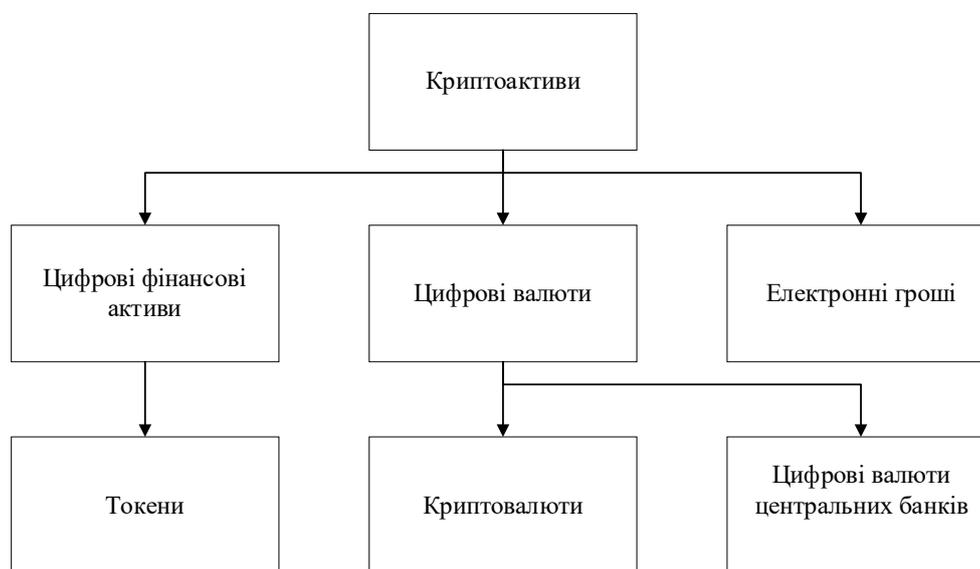


Рисунок 3 – Основні елементи ринку криптовалют

Висновки. Поєднання в криптовалюті деяких функцій грошей і фінансового капіталу, розширення функцій застосування токенів, їх інша технологічна основа і процеси створення і обігу, децентралізований характер функціонування дозволяють з високою обґрунтованістю виділити ринок криптовалют в окремий елемент фінансового ринку поряд з ринком фінансового капіталу і ринком грошей.

Спроби врегулювання і стабілізації цін на ринку криптовалют шляхом впровадження деривативів не вирішили повністю поставлене завдання. Ринок залишається залежним виключно від попиту і пропозиції, новинного фонду. До теперішнього часу правові механізми регулювання децентралізованих платформ криптовалют і токенів недосконалі або зовсім не розроблені в деяких країнах, що також

підкреслює унікальність цього ринку в системі фінансів.

Список літератури

1. Bialkowski J. Cryptocurrencies in institutional investors' portfolios: Evidence from industry stop-loss rules // *Economics Letters*. 2019. Vol. 191. DOI: 10.1016/j.econlet.2019.108834.
2. Baur D., Dimpfl Th. Asymmetric volatility in cryptocurrencies // *Economics Letters*. 2018. Vol. 173. DOI: 10.1016/j.econlet.2018.10.008.
3. Brini A., Lenz J. Assessing the resiliency of investors against cryptocurrency market crashes through the leverage effect // *Economics Letters*. 2022. Vol. 220. № 110885. DOI: 10.1016/j.econlet.2022.110885.
4. Brini A., Lenz J. Pricing cryptocurrency options with machine learning regression for handling market volatility // *Economic Modelling*. 2024. Vol. 136. № 106752.
5. Akyildirim E., Corbet Sh., Katsiampa P., Kellard N., Sensoy A. The development of Bitcoin futures: Exploring the interactions between cryptocurrency derivatives // *Finance Research Letters*. 2019. Vol. 34. DOI: 10.1016/j.frl.2019.07.007.
6. Alexander C., Choi J., Massie H., Sohn S. Price discovery and microstructure in ether spot and derivative markets // *International Review of Financial Analysis*. 2020. Vol. 71. № 101506. DOI: 10.1016/j.irfa.2020.101506.
7. Bouteska A., Harasheh M. Bitcoin volatility and the introduction of bitcoin futures: A portfolio construction approach // *Finance Research Letters*. 2023. Vol. 57. DOI: 10.1016/j.frl.2023.104200.
8. Zhang Ch., Ma H., Liao X. Futures trading activity and the jump risk of spot market: Evidence from the bitcoin market // *Pacific-Basin Finance Journal*. 2023. Vol. 78. № 101950. DOI: 10.1016/j.pacfin.2023.101950.
9. Cryptocurrency Prices, Charts And Market Capitalizations. CoinMarketCap. [Електронний ресурс]. URL: <https://coinmarketcap.com/> (дата обращения: 30.04.2024).

References (transliterated)

1. T Bialkowski J. Cryptocurrencies in institutional investors' portfolios: Evidence from industry stop-loss rules // *Economics Letters*. 2019. Vol. 191. DOI: 10.1016/j.econlet.2019.108834.
2. Baur D., Dimpfl Th. Asymmetric volatility in cryptocurrencies // *Economics Letters*. 2018. Vol. 173. DOI: 10.1016/j.econlet.2018.10.008.
3. Brini A., Lenz J. Assessing the resiliency of investors against cryptocurrency market crashes through the leverage effect // *Economics Letters*. 2022. Vol. 220. № 110885. DOI: 10.1016/j.econlet.2022.110885.
4. Brini A., Lenz J. Pricing cryptocurrency options with machine learning regression for handling market volatility // *Economic Modelling*. 2024. Vol. 136. № 106752.
5. Akyildirim E., Corbet Sh., Katsiampa P., Kellard N., Sensoy A. The development of Bitcoin futures: Exploring the interactions between cryptocurrency derivatives // *Finance Research Letters*. 2019. Vol. 34. DOI: 10.1016/j.frl.2019.07.007.
6. Alexander C., Choi J., Massie H., Sohn S. Price discovery and microstructure in ether spot and derivative markets // *International Review of Financial Analysis*. 2020. Vol. 71. № 101506. DOI: 10.1016/j.irfa.2020.101506.
7. Bouteska A., Harasheh M. Bitcoin volatility and the introduction of bitcoin futures: A portfolio construction approach // *Finance Research Letters*. 2023. Vol. 57. DOI: 10.1016/j.frl.2023.104200.
8. Zhang Ch., Ma H., Liao X. Futures trading activity and the jump risk of spot market: Evidence from the bitcoin market // *Pacific-Basin Finance Journal*. 2023. Vol. 78. № 101950. DOI: 10.1016/j.pacfin.2023.101950.
9. Cryptocurrency Prices, Charts And Market Capitalizations. CoinMarketCap. [Електронний ресурс]. URL: <https://coinmarketcap.com/> (дата обращения: 30.04.2024).

Надійшла (received) 16.08.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Сухомлин Василь Васильович (Sukhomlyn Vasyl) – аспірант, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-9024-7972>; e-mail: Vasyl.Sukhomlyn@emmb.khpi.edu.ua

I. А. ЮР'ЄВА, Р. О. ШЕВЧЕНКО

ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ ТА КРИЗОВОГО СТАНУ ПРИ ПОДАТКОВОМУ ПЛАНУВАННІ

У статті розглянуто методи діагностики фінансових ризиків і кризового стану підприємств в контексті податкового планування. Актуальність тематики діагностики фінансових ризиків та кризового стану при податковому плануванні обумовлена низкою факторів, таких як складність економічної ситуації. Сучасна економіка характеризується нестабільністю, що підвищує ризики для підприємств. Ефективне податкове планування дозволяє знизити податкові навантаження та забезпечити фінансову стабільність підприємства. Посилення податкового контролю: В умовах посилення податкового контролю важливо вміти ідентифікувати ризики, пов'язані з податковим плануванням, щоб уникнути штрафних санкцій та податкових спорів. Аналізуються основні фактори, що впливають на виникнення ризиків, такі як зміни в законодавстві, економічна нестабільність та внутрішні управлінські проблеми. Описано підходи до оцінки ризиків, включаючи фінансовий аналіз, оцінку податкових зобов'язань та виникнення кризових ситуацій, приділена розробці ефективних стратегій податкового планування для мінімізації негативних наслідків та підвищення фінансової стабільності підприємства. Запропоновані методи є важливим інструментом для прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності.

Ключові слова: підходи; ефективність; моделі; типи; фінансові ризики; кризовий стан; податкове планування; податкові ризики; фінансовий аналіз; управління ризиками; економічна нестабільність; фінансова стабільність; податкові зобов'язання; управлінські рішення; оцінка ризиків; методи діагностики; мінімізація ризиків; антикризове управління; підприємство

I. YURYEVA, R. SHEVCHENKO

DIAGNOSIS OF FINANCIAL RISKS AND CRISIS STATE IN TAX PLANNING

The article examines methods for diagnosing financial risks and the crisis state of enterprises in the context of tax planning. The relevance of diagnosing financial risks and crisis conditions in tax planning is driven by several factors, such as the complexity of the economic situation. The modern economy is characterized by instability, which increases risks for enterprises. Effective tax planning helps reduce tax burdens and ensure the financial stability of the enterprise. Strengthened tax control: In the context of increased tax control, it is important to identify risks associated with tax planning to avoid penalties and tax disputes. The article analyzes the main factors influencing the emergence of risks, such as changes in legislation, economic instability, and internal management issues. Approaches to risk assessment are described, including financial analysis, evaluation of tax liabilities, and the occurrence of crisis situations. Special attention is paid to developing effective tax planning strategies to minimize negative consequences and enhance the financial stability of the enterprise. The proposed methods are essential tools for managerial decision-making in conditions of uncertainty.

Keywords: approaches; effectiveness; models; types; financial risks; crisis state; tax planning; tax risks; financial analysis; risk management; economic instability; financial stability; tax liabilities; managerial decisions; risk assessment; diagnostic methods; risk minimization; crisis management; enterprise

Вступ. В умовах нестабільної економічної ситуації та динамічних змін у податковому законодавстві питання діагностики фінансових ризиків та кризового стану набувають особливої актуальності. Фінансова стабільність та ефективність діяльності підприємств значною мірою залежить від їх здатності ідентифікувати, оцінювати та мінімізувати фінансові ризики, які виникають у процесі податкового планування.

Одним з ключових елементів успішної фінансової діяльності підприємства є податкове планування, яке дозволяє оптимізувати податкові зобов'язання, забезпечити ефективне управління фінансовими ресурсами та зменшити ймовірність виникнення кризових ситуацій. Неврахування потенційних податкових ризиків може призвести до значних фінансових втрат, штрафів, а також до загрози банкрутства. Тому актуальним є дослідження методів діагностики фінансових ризиків та кризового стану, які дозволяють попередити негативні наслідки та забезпечити довгострокову фінансову стабільність підприємства.

Постановка завдання. Актуальність тематики діагностики фінансових ризиків та кризового стану при податковому плануванні обумовлена низкою факторів, таких як складність економічної ситуації. Сучасна економіка характеризується нестабільністю, що підвищує ризики для підприємств. Ефективне податкове планування дозволяє знизити податкові навантаження та

забезпечити фінансову стабільність підприємства. В умовах посилення податкового контролю важливо вміти ідентифікувати ризики, пов'язані з податковим плануванням, щоб уникнути штрафних санкцій та податкових спорів. Фінансова стабільність підприємства залежить від його здатності вчасно виявляти та оцінювати фінансові ризики. Діагностика кризових станів допомагає запобігти неплатоспроможності та банкрутству. Часті зміни у податковому законодавстві, зміна податкових правил вимагають постійного моніторингу та адаптації податкової політики підприємства, що підвищує важливість діагностики ризиків. Країнам, в умовах інтеграції у світову економіку важливо враховувати міжнародні стандарти та практики податкового планування, що впливає на ризики та кризові ситуації.

Аналіз стану питання.

Дослідження теоретичних та практичних питань сучасних підходів та методологічну базу для вивчення впливу діагностики фінансових ризиків та кризового стану при податковому плануванні аналізували закордонні та вітчизняні вчені, такі як: Кристофер Ноулз, який досліджував у своїх працях і аналізував міжнародне податкове планування та інструменти мінімізації податкових ризиків через оптимізацію структури бізнесу, Роберт Нортон і Девід Каплан аналізували ризики, включаючи податкові, як частину стратегічного управління підприємством. Марк Сандерсон, вивчав ризики, пов'язані з податковими

перевірками та розробив стратегії податкового комплаєнсу (відповідності вимогам законодавства) для зменшення ризиків, Й. Шумпетер – досліджував вплив податкової політики на економічний розвиток та фінансові кризи. Вивчали питання фінансової безпеки країн та їх залежність від податкової політики низка вчених: Майкл Портер – аналізував фактори ризику, зокрема податкових, є важливим для розуміння впливу податкової політики на бізнес. Джон Креймер розглядав роль податкових ризиків у транснаціональних корпораціях та інструментах зменшення ризиків, таких як використання податкових угод і захист від подвійного оподаткування. Також значний внесок є в роботах Ю. Воробйова, А. Крисоватого, О.Сидоровича І. Бланка та інших.

Існуючі методи розв'язання задачі.

Для аналізу теоретичних та практичних завдань, пов'язаних із діагностикою фінансових ризиків і кризового стану при податковому плануванні, використовують різноманітні методи дослідження. Основні з них включають фінансовий аналіз, економіко-математичне моделювання, моделі прогнозування фінансових ризиків та кризового стану, методи сценарного аналізу статистичні методи та системний підхід, методи оптимізації податкового планування, методи комплексної оцінки податкових ризиків, методи структурного податкового планування, автоматизовані системи діагностики та планування.

Мета роботи. Мета дослідження полягає у розробці та вдосконаленні підходів до діагностики фінансових ризиків та кризових станів у контексті податкового планування підприємств. Для досягнення цієї мети необхідно вирішити наступні завдання: проаналізувати існуючі методи та інструменти діагностики фінансових ризиків, визначити основні фактори, що впливають на фінансову стійкість підприємства, розробити комплексну методiku оцінки кризового стану підприємства з урахуванням податкового навантаження, запропонувати рекомендації щодо мінімізації податкових ризиків та запобігання кризовим явищам у діяльності підприємств.

Проведене дослідження дозволить не лише вдосконалити практику податкового планування, але й забезпечити належний рівень фінансової безпеки підприємств у сучасних умовах.

Постановка задачі. В аналізі питання передбачається визначення конкретних наукових і практичних проблем, які необхідно вирішити для досягнення цілей дослідження. Задачі включають аналіз теоретичних основ діагностики кризового стану, фінансової безпеки та фінансових ризиків, податкового планування.

Результати дослідження.

Аналіз питання "Діагностика фінансових ризиків та кризового стану при податковому плануванні" є важливим аспектом управління фінансовою безпекою підприємства. Нижче наведено основні елементи та підходи до діагностики фінансових ризиків і кризового стану в контексті податкового планування. Розкриємо поняття фінансових ризиків та кризового стану: фінансові ризики включають ризики втрати доходів, ліквідності, платоспроможності, інвестиційні та

кредитні ризики. Кризовий стан означає неспроможність підприємства виконувати свої зобов'язання, що може призвести до банкрутства.

Податкове планування як інструмент управління ризиками відображає оптимізацію податкових зобов'язань, вибір найбільш вигідної податкової стратегії, яка мінімізує податкові ризики. Вибір податкової юрисдикції із використанням міжнародних схем податкового планування, а також моніторинг податкових змін з регулярним оновленням податкових стратегій відповідно до змін у законодавстві.

Оптимізація податкових зобов'язань полягає у виборі таких законних методів і стратегій управління податками, які дозволяють підприємству знизити податкове навантаження, не порушуючи законодавства. Основна мета оптимізації — підвищення ефективності податкового планування, збільшення чистого прибутку та зміцнення фінансової стійкості підприємства. Вона охоплює різноманітні підходи, включаючи структурування бізнесу, використання податкових пільг, угод про уникнення подвійного оподаткування тощо.

Основні елементи оптимізації податкових зобов'язань Вибір оптимальної системи оподаткування: юридичні особи можуть обирати загальну систему оподаткування або спрощену (наприклад, єдиний податок для малого бізнесу). Для фізичних осіб-підприємців (ФОП) також існують різні групи оподаткування з різними ставками та вимогами, які можна оптимізувати залежно від доходу та видів діяльності. Використання податкових пільг та знижок передбачає пільгове оподаткування окремих видів діяльності, наприклад, наукових розробок, експортних операцій. Використання інвестиційних податкових кредитів, звільнення від податку на прибуток за певних умов, податкових канікул для нових підприємств. Оптимізація структури бізнесу це створення холдингових структур, де материнська компанія володіє дочірніми, що дозволяє перерозподіляти доходи та витрати між ними. Створення дочірніх компаній в офшорних юрисдикціях для зниження податкового навантаження (з урахуванням законодавчих обмежень та вимог до звітності). Встановлення внутрішньо групових цін (між пов'язаними підприємствами) таким чином, щоб максимізувати прибуток у юрисдикціях із нижчим рівнем оподаткування. Застосування договорів на поставку, оренду, надання послуг між компаніями групи для оптимізації витрат і доходів. Використання положень міжнародних податкових угод, які дозволяють зменшити або уникнути подвійного оподаткування доходів, отриманих за кордоном. Зменшення ставок податку на дивіденди, відсотки, роялті тощо при міжнародних фінансових операціях. Оптимізація амортизаційної політики застосовує підходи і методи прискореної амортизації для зменшення податкової бази у короткостроковій перспективі. Застосування спеціальних податкових правил амортизації для окремих категорій активів (наприклад, обладнання або НДІ) пропонує податковий менеджмент витрат, як максимізацію витрат, що підлягають податковому вирахуванню (наприклад, витрати на рекламу, представницькі витрати, витрати на навчання персоналу). Відбувається використання рахунків, що

дозволяють оптимізувати оплату витрат з урахуванням ПДВ (якщо підприємство є платником ПДВ), оптимізація сплати податків у часі з вибором оптимальних строків для визнання доходів і витрат, щоб розподілити податкове навантаження у часі. Використання механізмів авансових платежів, щоб зменшити разове податкове навантаження наприкінці звітного періоду. Застосування спрощеної системи оподаткування для малого бізнесу, який може обрати спрощену систему оподаткування (єдиний податок), що дозволяє зменшити витрати на податки порівняно із загальною системою. Холдингова структура відтворюється, коли компанія створює кілька юридичних осіб для розподілу прибутку та податкових зобов'язань у різних юрисдикціях. Використання збитків минулих періодів для зменшення податкової бази поточного періоду. Оптимізація має бути виключно в рамках чинного законодавства. Використання нелегальних методів може призвести до штрафів і санкцій. Надмірна податкова оптимізація може негативно вплинути на імідж компанії, особливо якщо вона використовує офшорні схеми. Впроваджується податковий комплаєнс, тоді підприємство має слідкувати за змінами в податковому законодавстві, щоб не допустити порушень. Інтеграція діагностики ризиків і податкового планування — це процес поєднання аналізу фінансових ризиків підприємства із стратегією податкового планування для забезпечення комплексного підходу до управління фінансовою стійкістю та мінімізації податкових ризиків. Така інтеграція дозволяє підприємствам ефективніше реагувати на фінансові виклики та забезпечувати довгострокову стабільність.

Необхідно зазначити інтеграцію діагностики ризиків і податкового планування, виявлення взаємозв'язку між фінансовими ризиками та податковим плануванням. Фінансові ризики, такі як ризик ліквідності, валютні ризики, кредитні ризики, можуть впливати на здатність підприємства своєчасно виконувати свої податкові зобов'язання. Ефективне податкове планування враховує ці ризики, щоб уникнути додаткових витрат та штрафів. Зниження кризових явищ відбувається за рахунок інтеграції, що дозволяє вчасно ідентифікувати фінансові труднощі та розробити заходи для їх мінімізації. Це зменшує ймовірність виникнення кризових ситуацій, пов'язаних із податковим навантаженням. Об'єднання діагностики ризиків і податкового планування забезпечує більш точне прогнозування фінансових потоків та оптимальне управління фінансовими ресурсами підприємства. Методи інтеграції діагностики ризиків і податкового планування відбуваються за рахунок регулярного фінансового та податкового аудиту. Аналіз чутливості та сценарне моделювання передбачає оцінку впливу зміни ключових фінансових та податкових показників на фінансовий стан підприємства. Моделювання різних сценаріїв розвитку подій, включаючи зміни в податковому законодавстві, з метою оцінки їх впливу на ризики підприємства. Збалансована система показників (Balanced Scorecard): включення податкових ризиків та їх впливу на фінансові показники підприємства до загальної системи стратегічного управління. Використання сучасного програмного забезпечення

дозволяє автоматизувати процес діагностики ризиків і податкового планування, що підвищує точність прогнозів і знижує витрати на адміністрування. Переваги використання програмного забезпечення - це автоматизація рутинних процесів, скорочення часу на збір і обробку даних, що дозволяє зосередитися на аналітичних завданнях. Прогнозування та моделювання мають програмні рішення, такі як ERP-системи (наприклад, SAP, Oracle) та можуть моделювати різні фінансові і податкові сценарії, дозволяючи оцінити вплив ризиків на майбутні фінансові показники. Аналіз великих обсягів даних (Big Data) - це інструменти для аналізу великих масивів фінансових даних та виявлення трендів і аномалій, які можуть вказувати на податкові або фінансові ризики. Інтеграція з іншими бізнес-процесами відбувається, коли програмне забезпечення дозволяє інтегрувати податковий менеджмент з іншими функціями компанії, такими як бухгалтерський облік, фінансове планування та управління ризиками.

Основні види програмного забезпечення для інтеграції діагностики ризиків і податкового планування слідує: ERP-системи (Enterprise Resource Planning); інтегровані системи управління підприємством, такі як SAP, Oracle, Microsoft Dynamics, які дозволяють автоматизувати фінансове планування, управління ризиками та податкову звітність. Програмне забезпечення для управління ризиками (Risk Management Software). Наприклад, SAS Risk Management, MetricStream, які дозволяють ідентифікувати, оцінювати та мінімізувати ризики, включаючи податкові. Програмне забезпечення для податкового комплаєнсу (Tax Compliance Software). Такі рішення, як Avalara, Thomson Reuters ONESOURCE, призначені для управління податковими деклараціями, звітністю та дотриманням законодавства. Процес інтеграції діагностики ризиків і податкового планування, а також визначення основних фінансових та податкових ризиків, що можуть вплинути на діяльність підприємства необхідно контролювати. При аналізі та оцінці ризиків, засобів для оцінки ймовірності та потенційного впливу ризиків на підприємство на основі результатів діагностики ризиків розробляється стратегія податкового планування, яка враховує виявлені ризики. Інтеграція програмного забезпечення для автоматизованого аналізу, прогнозування та управління ризиками та податковими зобов'язаннями. Потребує постійного моніторингу фінансових показників та податкових зобов'язань, коригування стратегії залежно від змін зовнішнього середовища або законодавства. Підвищення ефективності управління завдяки комплексному підходу, коли компанія може краще контролювати свої фінансові ризики і податкові зобов'язання, мінімізуючи витрати та рання ідентифікація податкових ризиків дозволяє уникнути штрафів і санкцій з боку податкових органів. Інтегрований підхід дозволяє створити фінансово стабільне підприємство, яке зможе ефективно реагувати на зміни у внутрішньому і зовнішньому середовищі. Інтеграція діагностики ризиків і податкового планування є важливою складовою управління фінансовою стійкістю підприємства. Фінансова стійкість підприємства є комплексним показником, який

характеризує здатність компанії своєчасно виконувати свої фінансові зобов'язання, підтримувати стабільну діяльність у довгостроковій перспективі та ефективно реагувати на зовнішні та внутрішні виклики. Вона залежить від різних факторів, які можна класифікувати на внутрішні та зовнішні.

Внутрішні фактори фінансової стійкості

Наведемо фінансово-економічні фактори. Структура капіталу, як співвідношення власних і позикових коштів. Підприємства з високим рівнем власного капіталу мають кращу фінансову стійкість, оскільки менше залежать від зовнішнього фінансування. Платоспроможність і ліквідність - це здатність підприємства своєчасно виконувати свої короткострокові зобов'язання. Показники ліквідності (поточна, швидка та абсолютна ліквідність) є важливими індикаторами фінансової стійкості. Прибутковість - рівень рентабельності підприємства визначає його здатність генерувати достатній обсяг прибутку для покриття витрат і забезпечення стабільного розвитку. Грошові потоки повинні бути збалансовані за операційною, інвестиційною та фінансовою діяльністю. Негативний чистий грошовий потік може свідчити про проблеми з фінансовою стійкістю.

Високий рівень дебіторської заборгованості може свідчити про проблеми з грошовими потоками, а велика кредиторська заборгованість — про залежність від позикових коштів. Швидкість обертання матеріальних, нематеріальних і фінансових активів, висока оборотність свідчить про ефективне використання ресурсів підприємства. Високий рівень постійних витрат може знижувати гнучкість підприємства та його здатність адаптуватися до змін. Великі та диверсифіковані підприємства зазвичай мають більшу стійкість, оскільки ризики розподілені між різними напрямками діяльності. Ефективна структура управління та наявність кваліфікованого персоналу сприяють підвищенню фінансової стійкості. Підприємства з сильною корпоративною культурою мають кращу внутрішню комунікацію, що позитивно впливає на фінансову стабільність. Економічні фактори, де фінансова стійкість підприємства значною мірою залежить від макроекономічної ситуації, такої як рівень ВВП, інфляція, валютні коливання, процентні ставки. Висока конкуренція на ринку може впливати на рівень доходів і рентабельність підприємства, що знижує його фінансову стійкість. Зміни в податковому законодавстві або збільшення податкових ставок можуть суттєво вплинути на фінансовий стан підприємства. Зміни в законодавстві, політична нестабільність або економічні санкції можуть вплинути на діяльність підприємства та його фінансову стійкість. Стабільність правової системи, рівень захисту прав власності та прозорість судової системи мають вплив на інвестиційну привабливість та фінансову стійкість. Соціальні фактори - зміни в демографічній структурі. Демографічні зміни також можуть впливати на ринок праці, купівельну спроможність населення та споживчі переваги. Зміни в суспільних цінностях, попиті на певні види продукції або послуг відображаються на фінансовій стабільності підприємства. Підприємства, які не вкладають кошти в інновації та оновлення

виробництва, можуть втратити конкурентоспроможність і, як наслідок, фінансову стійкість.

Інші фактори фінансової стійкості, такі як імідж та ділова репутація сприяють підвищенню кредитоспроможності підприємства, доступу до дешевших кредитних ресурсів та укладанню вигідних контрактів, наявності надійних ділових партнерів і стабільних постачальників, що дозволяє підприємству уникнути перебоїв у постачанні матеріалів і продукції, а це зменшує ризики фінансової нестабільності. Наявність різноманітних фінансових ризиків, таких як валютний, кредитний, ризик ліквідності тощо, значно впливають на фінансову стійкість підприємства. Їх правильне управління є критично важливим для забезпечення стабільної роботи компанії.

Діагностика фінансових ризиків і кризового стану при податковому плануванні є важливим інструментом управління для підтримки фінансової стабільності підприємства. Існує кілька методів для розв'язання цієї задачі, які можуть застосовуватись окремо або в комбінації для більш глибокого аналізу. Перша група - методи фінансового аналізу. Серед них, коефіцієнтний аналіз передбачає оцінку таких показників, як ліквідність, рентабельність, фінансова стійкість, платоспроможність. Коефіцієнти ліквідності (поточна, швидка, абсолютна), рентабельності (рентабельність активів, власного капіталу) та фінансової стійкості (співвідношення позикових і власних коштів). Аналіз фінансових потоків відтворює аналіз руху грошових коштів за операційною, інвестиційною та фінансовою діяльністю для визначення можливих проблем з ліквідністю. Аналіз тенденцій (Trend Analysis) створюється із дослідження динаміки змін фінансових показників протягом певного періоду для виявлення негативних тенденцій. Моделі прогнозування фінансових ризиків та кризового стану представлені Моделлю Альтмана (Z-Score), яка використовується для прогнозування ймовірності банкрутства підприємства. Враховує такі показники, як робочий капітал, нерозподілений прибуток, прибуток до сплати податків, ринкова вартість капіталу та загальна сума активів. Модель Ліса - це модифікована модель прогнозування банкрутства, яка враховує галузеву специфіку підприємства. Модель Таффлера застосовується для прогнозування фінансових труднощів підприємств у промисловому секторі. Враховує рентабельність активів, коефіцієнт покриття процентних виплат, ліквідність, оборотність активів. Методи сценарного аналізу відображають аналіз чутливості (Sensitivity Analysis), який досліджує, як зміна ключових параметрів (наприклад, ставки податку, обсягу продажів) вплине на фінансові результати підприємства. Стрес-тестування (Stress Testing): моделювання екстремальних сценаріїв, таких як різке підвищення податкових ставок або введення нових податків, для оцінки їх впливу на фінансовий стан підприємства. Аналіз сценаріїв (Scenario Analysis) – це розробка різних сценаріїв розвитку подій і оцінка їх впливу на підприємство, включаючи сценарії з різним рівнем податкових зобов'язань. Методи оптимізації податкового планування складається з методу податкового аудиту щодо регулярної перевірки відповідності податкових

зобов'язань підприємства чинному законодавству, виявлення податкових ризиків, пов'язаних із недотриманням законодавства, і коригування податкової політики. Метод управління податковими ризиками передбачає оцінку ймовірності та можливих наслідків податкових ризиків, розробку планів дій для мінімізації цих ризиків. Метод податкової оптимізації із використанням податкових пільг, знижок, податкових канікул для зменшення податкового навантаження. Методи комплексної оцінки податкових ризиків представляє метод SWOT-аналізу, як оцінка сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, пов'язаних із податковим середовищем підприємства. Метод аналізу фінансових коефіцієнтів, який застосовується для комплексної оцінки фінансової стійкості підприємства та виявлення податкових ризиків. Багатокритеріальний аналіз - врахування різних показників ризику (ймовірність, наслідки, швидкість реакції) для визначення найбільш критичних податкових ризиків. Методи структурного податкового планування, а саме використання холдингових структур: оптимізація податкових зобов'язань через розподіл доходів між дочірніми компаніями в різних юрисдикціях. Трансфертне ціноутворення із встановленням цін на товари та послуги між пов'язаними сторонами таким чином, щоб знизити загальний рівень оподаткування. Автоматизовані системи діагностики та планування із використанням спеціалізованого програмного забезпечення для фінансового аналізу та податкового планування (наприклад, SAP, 1С). Автоматизовані системи моніторингу податкових змін і аналізу їх впливу на бізнес-процеси підприємства. Кожен з методів має свої переваги та недоліки і може використовуватись залежно від специфіки підприємства, галузі та ринкових умов. Для ефективного управління фінансовими ризиками та кризовим станом доцільно застосовувати комплексний підхід, який включає кілька методів діагностики та податкового планування. Наведемо основні інструменти мінімізації податкових ризиків: податковий аудит, впровадження податкового комплаєнсу, структурування бізнесу, оптимізація податкових платежів, застосування податкових угод. Податковий аудит зосереджений на регулярній перевірці фінансових звітів на предмет відповідності податковому законодавству. Впровадження комплаєнсу має на увазі процедури, які забезпечують відповідність діяльності підприємства вимогам податкового законодавства. Структурування бізнесу дозволяє використання

офшорних компаній, холдингових структур для мінімізації податкових зобов'язань.

Висновки. Оптимізація податкових платежів запроваджує використання пільг, знижок та податкових канікул для зменшення податкового навантаження. Застосування податкових угод: Використання угод про уникнення подвійного оподаткування між країнами. Загалом, наукові дослідження у цій сфері базуються на аналізі впливу податкових ризиків на фінансовий стан підприємств та розробці методик і стратегій для їх мінімізації. Оптимізація податкових зобов'язань допомагає знизити витрати компанії та підвищити її фінансову ефективність, але потребує детального планування і дотримання всіх законодавчих вимог.

Список літератури

1. *Податковий кодекс України від 02.12.10 р. № 2755-VI* [Електронний ресурс] – <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. *Податкове консультування: навч. посіб. / Ф.П. Ткачик* – Тернопіль: Вектор, 2015. – 252 с.
3. *Основи оподаткування: навч. посіб. / А.І.Крисоватий, О.Ю.Сидорович* - Тернопіль: ТНЕУ, 2012. – 234с.
4. *Економічний аналіз: навчальний посібник / Ф.Ф. Бутинець*. – Житомир, 2003. – 680 с.
5. *Податкове планування та основи податкової оптимізації: навчальний посібник / Я. В. Самусевич, А. В. Височина*. – Суми: Сумський державний університет, 2021. – 344 с.
6. Laffer Arthur B. The Laffer curve: Past, Present, and Future [Електронний ресурс] / Arthur B. Laffer // The Heritage Foundation. – 2004. – No. 1765. – 18 p.
7. Податкове планування як сфера юридичної практики / О. Степанюк / *Світ фінансів*. – 2015. – Вип. 1. – С. 71 – 78.
8. *Проблеми податкового регулювання і планування податкових платежів: наук. видання / Ю.Б. Іванов*. – Х.: ХНЕУ, 2006. – 240 с.

References (transliterated)

1. *Podatkovyi kodeks Ukrainy vid 02.12.10 r. № 2755-VI* [Elektronnyi resurs] – <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. *Podatkove konsultuvannia: navch. posib. [Tax consulting] / F.P. Tkachyk* – Ternopil: Vektor, 2015. – 252 p.
3. *Osnovy opodatkuvannia: navch. Posib [Basics of taxation] / A.I.Krysovatiy, O.Iu.Sydorovykh* - Ternopil: TNEU, 2012. – 234 p.
4. *Ekonomichnyi analiz: navchalnyi posibnyk [Economic analysis: study guide] / F.F. Butynets*. – Zhytomyr, 2003. – 680 p.
5. *Podatkove planuvannia ta osnovy podatkovoї optymizatsii: navchalnyi posibnyk [Tax planning and the basics of tax optimization: a study guide] / Ya. V. Samusevych, A. V. Vysochyna*. – Sumy: Sumskiy derzhavnyi universytet, 2021. – 344 p.
6. Laffer Arthur B. The Laffer curve: Past, Present, and Future [Електронний ресурс] / Arthur B. Laffer // The Heritage Foundation. – 2004. – No. 1765. – 18 p.
7. Podatkove planuvannia yak sfera yurydychnoi praktyky [Tax planning as a field of legal practice] / O. Stepaniuk / *Svit finansiv* [The world of finance]. – 2015. – issue 1. – pp. 71 – 78.
8. *Problemy podatkovoho rehulivannia i planuvannia podatkovykh platezhiv: nauk. vydannia [Problems of tax regulation and planning of tax payments: science. edition] / Yu.B. Ivanov*. – Kharkiv: KhNEU, 2006. – 240 p.

Надійшла (received) 16.08.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Юр'єва Ірина Анатоліївна (Yuryeva Irina) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри обліку і фінансів; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8159-7763>; Iryna.Yurieva@khp.edu.ua

Шевченко Роман Олександрович (Shevchenko Roman) – кандидат технічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», аспірант; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-2215-7204>; roman.o.shevchenko@emmb.khp.edu.ua

R. MASHCHENKO, T. POLIAKOVA

MANAGING ENTREPRENEURIAL RISKS OF INVESTMENT PROJECTS IN THE REAL ESTATE MARKET

The article substantiates the need for business risk management of investment projects in the real estate market at the current stage. The place of entrepreneurial risks in an investment project is studied. The types of risks that appear in an investment project are systematized. An algorithm for managing business risks of investment projects is proposed. It includes the analysis of potential risks, determination of the probability of occurrence and impact of each risk on the project, development of strategies for avoiding, mitigating, transferring, and accepting risk, systematic monitoring of risks throughout the project, which will allow timely detection of new risks and taking measures to eliminate them. It is substantiated that the management of business risks in investment projects involves a systematic, comprehensive, and transparent approach to the identification, assessment, and management of risks in order to achieve successful results.

Keywords: business risk, investment project, real estate market, strategy, management.

Р. МАЩЕНКО, Т. ПОЛЯКОВА

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ РИЗИКАМИ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ

У статті обґрунтовано необхідність управління підприємницькими ризиками інвестиційних проєктів ринку нерухомості на сучасному етапі. Досліджено місце підприємницьких ризиків у інвестиційному проєкті. Систематизовано види ризиків, які проявляються в інвестиційному проєкті. Запропоновано алгоритм управління підприємницькими ризиками інвестиційних проєктів, який включає аналіз потенційних ризиків, визначення ймовірності виникнення і впливу кожного ризику на проєкт, розробка стратегій уникнення, пом'якшення, передачі та прийняття ризику, систематичний моніторинг ризиків протягом усього проєкту, що дозволить своєчасно виявити нові ризики та вжити заходів щодо їх усунення. Обґрунтовано, що управління підприємницькими ризиками в інвестиційних проєктах передбачає систематичний, комплексний і прозорий підхід до ідентифікації, оцінки та управління ризиками для досягнення успішних результатів.

Ключові слова: підприємницький ризик, інвестиційний проєкт, ринок нерухомості, стратегія, управління.

INTRODUCTION. The rapid development of economic processes in the modern world requires constant updating of approaches to the management of enterprises in various economic sectors. It is important to study current trends in the modern economy in order to identify risks and develop practical recommendations for improving management systems.

The real estate market plays an important role in the economy of Ukraine and has a significant impact on other industries. However, socio-economic instability can negatively affect the development of construction projects. In such periods, the risk of construction industry investment projects increases, and business risk management becomes a particularly urgent task.

The modern strategy of business risk management involves the creation of enterprises where activity, development and individual business processes can be considered as a set of different projects aimed at achieving strategic goals. In the conditions of high competition in the industry, the formation of project risk management mechanisms is important at the initial stages and requires the creation of a technological and information base. The analysis of theoretical foundations and practice shows that construction enterprises often face project risks, so it is necessary to develop theoretical foundations and provide practical recommendations for effective risk management in these enterprises.

The issue of business risk management of investment projects was considered in the works of A. Alnur, I. Buzka, O. Feyer, K. Kramarenko, and O. Dubrova.

The purpose of the article is to systematize the types of entrepreneurial risks of investment projects and to develop an algorithm for managing entrepreneurial risks of investment projects in the real estate market.

Presentation of basic material. Today, minimizing

risks and increasing the resilience of enterprises is more important than ever. Previously, the state bore most of the risks of enterprises and had a significant influence on effective management. However, with the development of the market economy, the situation has changed, and enterprises now have to act independently in risky conditions.

Most modern enterprises operate on the basis of project management principles. This concept involves creating project-oriented enterprises, where development and individual business processes are represented as a set of various projects aimed at achieving strategic goals. Increasing competition in the market requires the establishment of technological and informational bases for managing project risks. Place of risks in the investment project (figure 1).

In any investment project, understanding and managing risk are critical components of success. Risks can come from different sources and affect different aspects of the project. Below are a few key areas where risks typically manifest themselves in an investment project:

There are market risks related to changes in market conditions, such as fluctuations in demand, supply, prices or competition. They affect investment returns and include factors such as economic cycles, technological advances and regulatory changes.

Financial risks involve the possibility of losses due to factors such as interest rate fluctuations, currency fluctuations, liquidity constraints or an inadequate capital structure. Strategies, such as hedging, diversification or optimization of capital allocation, are often used to manage financial risks.

Operational risks arise from internal processes, systems, or human errors within an organization. These

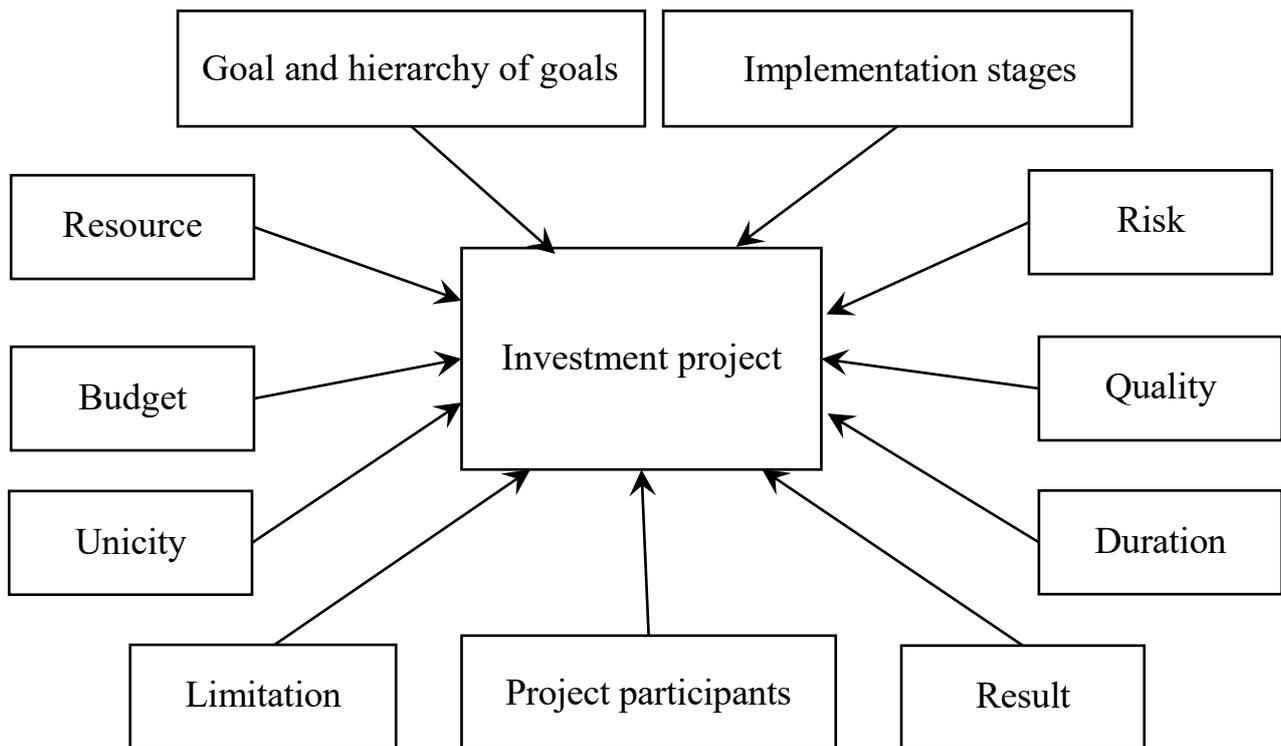


Figure 1 - Place of risks in the investment project

include issues such as project failures, supply chain disruptions, labor disputes, regulatory violations, or technological failures. To effectively manage operational risk, focus is on improving processes, implementing controls, and developing a culture of accountability.

Legal and regulatory risks arise from non-compliance with laws, regulations or contractual obligations. These risks could result in fines, lawsuits, reputational damage or project delays. Legal and regulatory risk management involves informing about relevant laws and regulations, obtaining necessary permits and approvals, and implementing compliance measures.

Environmental risks include factors, such as pollution, resource depletion or climate change, while social risks cover issues, such as community opposition, labor practices or human rights abuses. Addressing environmental and social risks may include conducting impact assessments, implementing sustainable practices, or engaging stakeholders.

Reputational risks arise from negative publicity, public perception or stakeholder dissatisfaction. A tarnished reputation can damage relationships with customers, investors, regulators and other stakeholders, affecting the long-term viability of the project. Managing reputational risk requires active communication, transparency and ethical behavior.

Technology risks can lead to project delays, cost overruns, or performance issues. Mitigating technological risks involves staying abreast of technological advances,

conducting thorough testing, and implementing robust cybersecurity measures.

Thus, risk is a necessary element of economic life, and understanding its essence is key to effectively managing enterprises in the conditions of a modern market economy.

The rapid development of economic processes in the modern world requires constant updating of scientific and methodological approaches to enterprise management in various sectors of the economy. Researching current trends in the market environment and identifying risks become key tasks for enterprises. Particularly relevant is the management of project risks in the construction industry, which is of great importance for the country's economic development.

The modern concept of project management involves creating project-oriented enterprises, where activities are represented as a set of various projects aimed at achieving strategic goals. Due to the high level of competition in the construction industry, there is a need to create technological and informational bases for managing project risks, which is important to consider when forming enterprise strategies.

Analysis shows that construction companies lack sufficient protection from project risks, which requires the development of theoretical foundations and the provision of practical recommendations for effective risk management in project-oriented enterprises.

The influence of uncertainty on the consequences of entrepreneurial risks (figure 2).

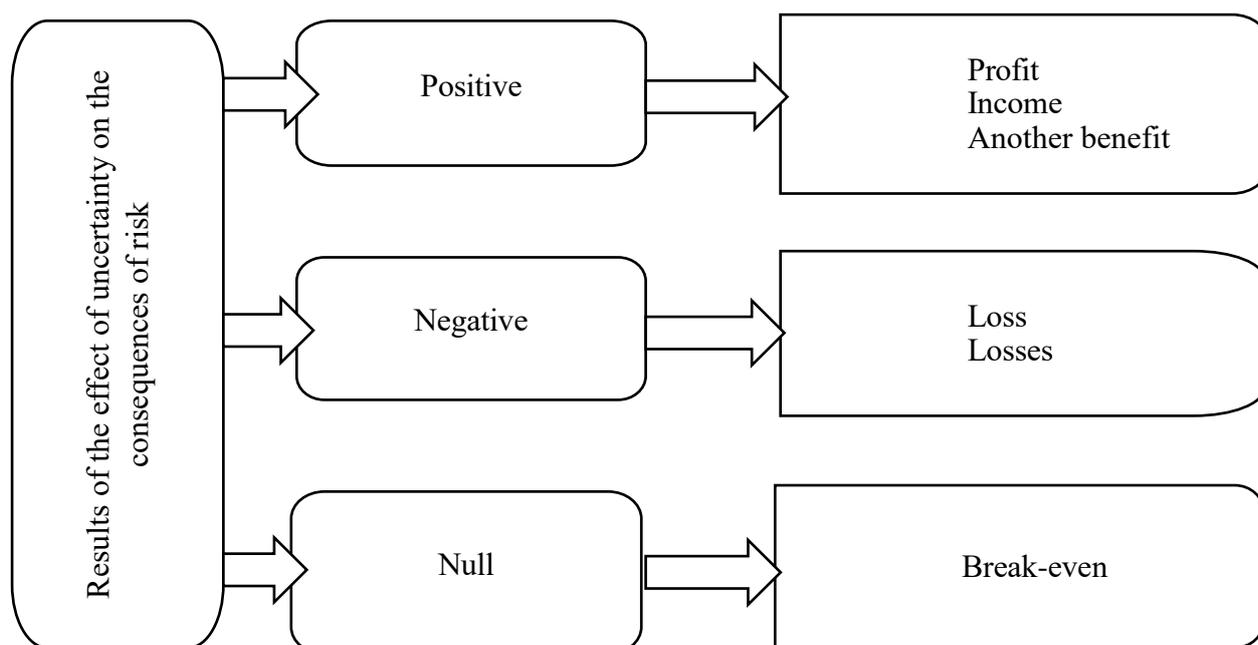


Figure 2 - The influence of uncertainty on the consequences of entrepreneurial risks (compiled by the author based on [1]).

Uncertainty, which affects the results of entrepreneurial activity, plays a significant role in shaping the consequences of entrepreneurial risks.

Uncertainty inherently affects decision-making processes. Entrepreneurs often face ambiguous or incomplete information when making strategic decisions, such as entering new markets, developing products, or allocating resources. The level of uncertainty can affect the expected trade-off between risk and reward and the willingness of entrepreneurs to act.

Uncertainty can increase or decrease the perceived level of risk associated with entrepreneurial activity. High levels of uncertainty can lead to greater perceived risk, potentially discouraging entrepreneurs from pursuing opportunities. Conversely, some entrepreneurs thrive in an uncertain environment, seeing uncertainty as an opportunity for innovation and disruption.

Uncertainty also affects how entrepreneurs allocate resources in their enterprises. Effective management of uncertainty requires strategic allocation of limited resources. Investments in market research, technology development, or the hiring of skilled workers may be prioritized to mitigate uncertainties related to market demand, technological feasibility, or competitive dynamics.

Uncertainty influences market dynamics, affecting the competitive landscape and industry structure. You must anticipate how uncertainty may shape market trends, consumer behavior, and the regulatory environment to position your business for success.

In modern conditions, significant changes are taking place in the investment strategy of enterprises. The situation is accompanied by dynamic changes in the structure of sources of financing investment projects and methods of their evaluation. Particularly important is risk

management of investment projects in enterprises in the conditions of a war situation in Ukraine.

Today, traditional management approaches to investment project evaluation do not always meet the requirements of stakeholders, such as enterprise owners, investors, and customers. Therefore, the development of an organizational and economic mechanism for managing investment project risks at the enterprise level becomes important. Research in this direction is extremely relevant and should be based on objective problem identification, particularly at the microeconomic level, and requires theoretical substantiation.

Entrepreneurial risk management in the implementation of investment projects is a critical element in ensuring the success and efficiency of investment initiatives. Entrepreneurial risks encompass a wide range of hazards that may arise during the implementation of investment projects and affect their outcomes.

The place of entrepreneurial risks in an investment project (figure 3).

Let's consider key aspects of entrepreneurial risk management in the context of investment projects. It is important to conduct a thorough analysis of potential risks that may arise at various stages of project implementation, as well as to determine and categorize risks (financial, technical, market, legal, etc.).

It is necessary to determine the probability and impact of each risk on the project and consider the interaction of different risk factors and their possible consequences. Developing strategies for each identified risk, including strategies for avoidance, mitigation, transfer, and acceptance of risk, entails creating an action plan for each risk management strategy.

Management of business risks of the investment project (figure 4).

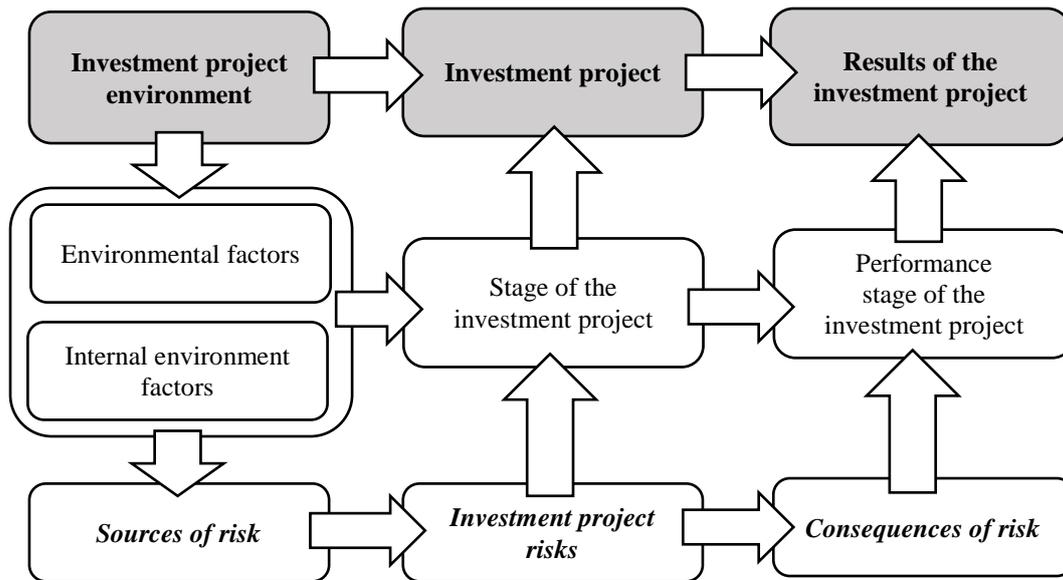


Figure 3 - The place of entrepreneurial risks in an investment project (compiled by the author based on [2]).

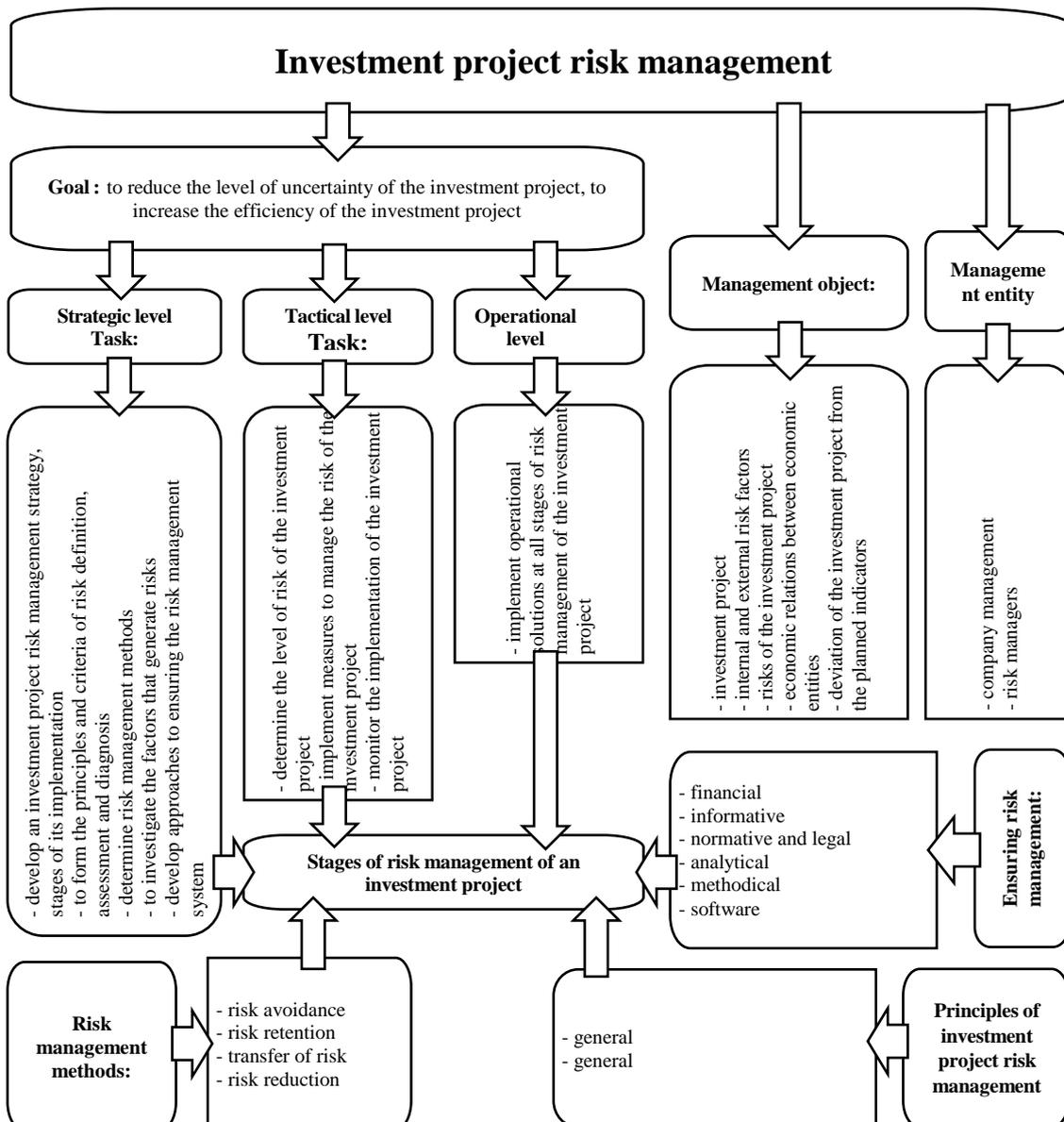


Figure 4 - Management of business risks of the investment project (compiled by the author based on [2, 3]).

Systematic monitoring of risks throughout the project will allow for timely identification of new risks and implementation of measures to address them. It is important to use insurance to reduce the financial consequences of some risks and employ financial instruments to manage financial risks. Effective communication with all stakeholders about risks and risk management measures is also vital. Engaging leadership, investors, and other project participants in the risk management process is essential. After completing the project, it is necessary to analyze the results of investments and the effectiveness of risk management measures. Implementing corrections and improvements in future investment initiatives (are of great importance as well).

The overall approach to managing entrepreneurial risks in investment projects involves a systematic, comprehensive, and transparent approach to risk identification, assessment, and management to achieve successful outcomes. Analyzing investment projects in conditions of risk and uncertainty is necessary not only to obtain additional information before making a decision on the feasibility of project implementation but also to anticipate specific organizational, technical, financial, legal, and other measures taken by project participants for

managing project risks. This includes measures, such as insurance, reservation, adaptation, etc.

Conclusions. The proposed algorithm for managing business risk of investment projects in the real estate market, which includes the analysis of potential risks, determination of the probability of occurrence and impact of each risk on the project, development of strategies for avoiding, mitigating, transferring and accepting risk, systematic monitoring of risks throughout the project, will allow timely detection of new risks and taking measures to eliminate them.

References:

1. Fauzilah Salleh, Salani Palaniappan, Ivy Leong Pooi Theng, Huda Nasuha Mohd Helmi, AA Hamid, Nabihah Md Kassim. A review on risk management implementation in the construction industry. *Journal of Critical Reviews* 7 (11), 2020, p. 562-567.
2. Alnoor, A. Human capital dimensions and firm performance, mediating role of knowledge management. *International Journal of Business Excellence*, 20(2), 2020. p. 149-168. doi:10.1504/IJBEX.2020.105357.
3. Ge Riana, I., Suparna, G., Gusti Made, I., Kot, S., & Rajiani, I. Human resource management in promoting innovation and organizational performance. *Problems and Perspectives in Management*, 18(1), 2020. p. 107-118. doi:10.21511/ppm.18(1).2020.10

Received 16.08.2024

Відомості про авторів / About the Authors

Мащенко Роман Васильович (Mashchenko Roman) - аспірант, навчально-науковий інститут економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу, Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут". ORCID:0009-0006-4932-5684 e-mail: roman.mashchenko@emmb.khpi.edu.ua

Полякова Тетяна Леонідівна (PoliakovaTetiana) - кандидат філологічних наук, доцент, кафедра Міжкультурної комунікації та іноземної мови, Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут". ORCID:0000-0002-3353-2228 e-mail: Tetiana.Poliakova@khpi.edu.ua

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ВІСНИК

**НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

(економічні науки)

Збірник наукових праць

№ 4 '2024

Науковий редактор

д-р екон. наук, проф. П.Г. Перерва,

Науково-технічний редактор

к-д. екон. наук, проф. С.М. Погорєлов

Відповідальний за випуск

к-д. техн. наук В.П. Шайда

АДРЕСА РЕДКОЛЕГІЇ ТА ВИДАВЦЯ:

*Кафедра: «Економіка бізнесу і міжнародні економічні відносини»,
НТУ «ХП», вул. Кирпичова 2, Харків 61002, Україна.
Тел. (057) 707-62-53, (057) 707-65-07,
e-mail: trer_bulletin@ukr.net*

*Друк-ФОП Шейніна О.В.,
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовників
і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 2779 від 15.09.2007 р.
вул. Славянская, 3 оф.5, Харків, 61052, Україна.*

*Підп. до друку 29.08.2024 р. Формат 60x84 1/16. Папір офсетний. RISO-друк. Гарнітура Таймс.
Ум.друк.арк. 7,9. Обл.-вид. арк. 8,1. Наклад 300 прим. Зам. № 593. Ціна договірна.*