

ISSN 2524-2547

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна

СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Науковий журнал

Випуск 66

SOCIAL ECONOMICS

Scientific journal

Issue 66

Заснований 2000 року

Харків – 2023

Журнал присвячений висвітленню результатів наукових досліджень у галузі економічних наук: питання мотивації праці, управління на різних рівнях економіки, кредитна і грошова системи, облік та аудит, міжнародна економіка та світове господарство, економіко-математичні методи і моделі, статистичний аналіз і маркетингові стратегії. Для наукових працівників, викладачів, аспірантів і студентів економічних спеціальностей.

Журнал є фаховим виданням у галузі економічних наук категорії "Б" (Наказ МОН України № 409 від 17.03.2020). Спеціальності: 051 "Економіка", 072 "Фінанси, банківська справа та страхування", 073 "Менеджмент", 075 "Маркетинг", 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність". Затверджено до друку рішенням Вченої ради Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна (протокол № 21 від 27 листопада 2023 р.).

Редакційна колегія:

Глушенко О. В. – головний редактор, доктор екон. наук, доцент, ХНУ імені В. Н. Каразіна, Україна.
Стеценко Т. В. – відповідальний секретар, кандидат екон. наук, доцент ХНУ імені В. Н. Каразіна, Україна.
Біткова Т. В. – кандидат екон. наук, доцент, ХНУ імені В. Н. Каразіна, Україна.
Давидов О. І. – кандидат екон. наук, доцент, ХНУ імені В. Н. Каразіна, Україна.
Кузьмінчук Н. В. – доктор екон. наук, професор, ХНУ імені В. Н. Каразіна, Україна.
Мангушев Д. В. – кандидат екон. наук, доцент, ХНУ імені В. Н. Каразіна, Україна.
Меркулова Т. В. – доктор екон. наук, професор, ХНУ імені В. Н. Каразіна, Україна.
Осецький В. А. – доктор екон. наук, професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна.
Погореленко Н. П. – доктор екон. наук, доцент, ХНУ імені В. Н. Каразіна, Україна.
Пономарьова Т. В. – кандидат екон. наук, доцент, ХНУ імені В. Н. Каразіна, Україна.
Соболев В. М. – доктор екон. наук, професор, ХНУ імені В. Н. Каразіна, Україна.
Хмельков А. В. – кандидат наук з держ. управління, доцент, ХНУ імені В. Н. Каразіна, Україна.
Хуторна М. Е. – доктор екон. наук, доцент, Черкаський навчально-науковий інститут Університету банківської справи, Україна.
Швайко М. А. – кандидат екон. наук, доцент, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна.
Янцевич А. А. – доктор фіз.-мат. наук, професор, ХНУ імені В. Н. Каразіна, Україна.
Павел Староста – доктор наук, професор (факультет економіки та соціології), проректор з питань національного та міжнародного співробітництва, Лодзький університет, Польща.
Анна Станкевич-Мруз – PhD, доцент факультету менеджменту і інженерії продукції, Лодзький технічний університет, Польща.

Адреса редколегії:

61002, м. Харків, вул. Мironositskaya, 1, економічний факультет Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.
Тел. (057) 707 51 94, sejournal@karazin.ua.
<https://periodicals.karazin.ua/socoeconom>

Статті пройшли подвійне сліпе рецензування.

Свідоцтво про державну реєстрацію KB № 24006-13846P від 19.06.2019 р.

© Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2023

The scientific journal is dedicated to highlighting the results of research on issues of labor motivation, management at various economy levels, the credit and monetary system, accounting and auditing, international economics and the world economy, economics and mathematical methods and models, statistical analysis and marketing strategies. For researchers, lecturers, practitioners, postgraduates and students of economic specialties.

The scientific journal is a professional edition category "B" in the field of Economic Sciences (Decree of the Ministry of Education and Science of Ukraine No. 409 dated March 17, 2020).

Specialties: 051 "Economics", 072 "Finance, Banking and Insurance", 073 "Management", 075 "Marketing", 076 "Entrepreneurship, Trade and Exchange Activities".

Approved for publication by the Academic Council of V. N. Karazin Kharkiv National University (protocol No 21 dated November 27, 2023).

Editorial board:

Hlushchenko O. V. – Chief Editor, D.Sc., Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine.
Stetsenko T. V. – Executive Secretary, PhD, Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine.
Bitkova T. V. – PhD, Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine.
Davydov O. I. – PhD, Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine.
Kuzmynchuk N. V. – D.Sc., Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine.
Mangushev D. V. – PhD, Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine.
Merkulova T. V. – D.Sc., Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine.
Osetskyi V. L. – D.Sc., Professor, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine.
Pogorelenko N. P. – D.Sc., Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine.
Ponomarova T. V. – PhD, Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine.
Sobolev V. M. – D.Sc., Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine.
Khmelkov A. V. – PhD, Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine.
Khutorna M. E. – D.Sc., Associate Professor, Cherkasy educational-scientific institute of Banking University, Ukraine.
Shvayko M. L. – PhD, Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine.
Yantsevych A. A. – D.Sc., Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine.
Paweł Starosta – D.Sc., Professor (Faculty of Economics and Sociology), Vice-Rector for Domestic and International Cooperation, University of Lodz, Poland.
Anna Stankiewicz-Mróż – PhD, Associate Professor, Department of Management Systems and Innovation, Lodz University of Technology, Poland.

Address:

61002, Kharkiv, st. Mironositskaya, 1, Faculty of Economics V. N. Karazin Kharkiv National University
Phone: (057) 707 51 94
sejournal@karazin.ua
<https://periodicals.karazin.ua/socoeconom>

The journal uses double-blind review.

Certificate of state registration KB № 24006-13846P dated June 19, 2019.

© V.N. Karazin Kharkiv National University, 2023

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА

Браунагель А. В.	5
СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНКЛЮЗИВНА КЛАСТЕРНА КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ	
Рябініна Н. О.	14
ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	
Чудаєва І. Б., Дмитрук Б. П.	23
ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ: БЛАГО ЦИВІЛІЗАЦІЇ ЧИ ЗАГРОЗА ЛЮДСТВУ?	

МАРКЕТИНГ

Бутко Н. В.	32
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГУ ЕКООРІЄНТОВАНОГО ПІДПРИЄМСТВА	

МЕНЕДЖМЕНТ

Бабич С. М., Бабич Д. В.	41
ТРЕНДИ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ	

ФІНАНСИ

Головко О. Г., Третяк Н. М., Орехова К. В.	49
ДОЦІЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ (англійською)	
Погореленко Н. П., Глущенко О. В.	60
СУТНІСНЕ РОЗУМІННЯ ПОНЯТТЯ «БАНКІВСЬКА СИСТЕМА» В КОНТЕКСТІ СИСТЕМОГО АНАЛІЗУ ТА СЕКТОРАЛЬНОГО ПОДІЛУ ЕКОНОМІКИ	
Хмельков А. В.	71
ІНСТИТУЦІЙНИЙ ДИЗАЙН АНАЛІТИЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ІНСТИТУТУ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ	

СТУДЕНТСЬКІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Бороніна О. О.	99
ФІНАНСОВА НАДІЙНІСТЬ СТРАХОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЧИННИКИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	
Гонгарева І. В., Несен М. А.	109
ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	
Гребенюк Н. О., Швайко М. А., Тихомирова К. С.	120
РОЛЬ КРАУДФАНДИНГУ У МАЙБУТНЬОМУ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	
Дорошенко Л. Ю.	131
РОЗВИТОК SMM ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ	
Доценко О. В., Зеленський М. В.	141
ТОКЕНИ УПРАВЛІННЯ У КОНЦЕПТІ ЕЛЕКТРОННОГО ВРЯДУВАННЯ	
Рожко В. І., Татарко Д. Ю.	150
СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ	

CONTENT

ECONOMICS

Braunagel A.	5
SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS AN INCLUSIVE CLUSTER CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY (In Ukrainian)	
Riabinina N.	14
INFLUENCE OF SOCIAL CAPITAL IN THE FINANCIAL SUPPORT OF INNOVATION ACTIVITY OF ENTERPRISES (In Ukrainian)	
Chudayeva I., Dmitruk B.	23
ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS AN OBJECT OF MANAGEMENT: A BENEFIT FOR CIVILISATION OR A THREAT TO MANKIND? (In Ukrainian)	

MARKETING

Butko N.	32
FEATURES OF FORMING MARKETING OF AN ECO-ORIENTED ENTERPRISE (In Ukrainian)	

MANAGEMENT

Babych S., Babych D.	41
TRENDS IN HR MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE (In Ukrainian)	

FINANCE

Golovko O., Tretiak N., Oriekhova K.	49
IMPLEMENTATION FEASIBILITY OF ENTERPRISE FINANCIAL CONTROLLING	
Pohorelenko N., Hlushchenko O.	60
ESSENTIAL UNDERSTANDING OF THE CONCEPT "BANKING SYSTEM" IN THE CONTEXT OF SYSTEM ANALYSIS AND SECTORAL DIVISION OF THE ECONOMY (In Ukrainian)	
Khmelkov A.	71
INSTITUTIONAL DESIGN OF ANALYTICAL TOOLS OF THE FINANCIAL CONTROL INSTITUTION (In Ukrainian)	

STUDENTS' RESEARCH

Boronina O.	99
FINANCIAL STABILITY OF THE INSURANCE COMPANY AND KEY CONDITIONS FOR ITS PROVIDING (In Ukrainian)	
Gontareva I., Nesen M.	109
IMPROVING THE EFFICIENCY OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES ON THE BASIS OF MARKET RESEARCH (In Ukrainian)	
Grebeniuk N., Shvayko M., Tykhomyrova K.	120
THE ROLE OF CROWDFUNDING IN THE FUTURE OF UKRAINE: PROBLEMS AND PROSPECTS (In Ukrainian)	
Doroshenko L.	131
DEVELOPMENT OF SMM DURING THE WAR IN UKRAINE	
Dotsenko O., Zelenskyi M.	141
GOVERNANCE TOKENS IN THE CONCEPT OF ELECTRONIC GOVERNMENT	
Rozhko V., Tatarko D.	150
STRATEGIES FOR ENTERING FOREIGN MARKETS BY DOMESTIC ENTERPRISES	

<https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-01>
УДК: 334.722:364.48

Андрій Валерійович Браунагель

аспірант

Державний податковий університет,

вул. Університетська, 31, Ірпінь, 08201, Україна

braunagel870@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-3231-5181>**СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНКЛЮЗИВНА КЛАСТЕРНА КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ**

Метою написання статті є систематизація елементів кластерної концепції та напрями реалізації процесного підходу в управлінні соціальним підприємництвом, що в комплексі сприятиме прискоренню реалізації цілей сталого розвитку в соціальній економіці. Представлено основні характерні ознаки соціального підприємництва. Досліджено теоретичні та практичні аспекти формування кластеру соціального підприємництва та його вплив на механізми розвитку соціальної економіки в нестабільних умовах. Висвітлено взаємозв'язок складових кластерної системи соціального підприємництва та інструментів управління процесами для досягнення результативності ідей щодо соціального впливу, ефектів, цінностей, благ. Розроблено та представлено мапу індуктивного аналізу нарративного інтерв'ю за Ф. Шюце при ідентифікації інтересів та потреб соціуму у діяльності соціального підприємництва для досягнення його стійкості та сталого розвитку. Систематизовано науково-практичний інструментарій процесного підходу в управлінні соціального підприємництва. У статті зазначено, що кластеризація соціального підприємництва обумовлює групування соціальних підприємств та різних соціальних ініціатив від підприємців на основі спільних характеристик та специфічних особливостей їх діяльності за територіальною ознакою або контексту. Виявлено, що діяльність кластеру соціального підприємництва націлена на створення соціальної цінності, конвергенції діяльності соціального підприємця та стейкхолдерів соціального підприємства, їх ринкової орієнтації та соціальних інновацій. Зазначено, що процес соціального підприємництва обумовлює забезпечення соціальних інтересів та потреб через інноваційні та сталі підприємницькі підходи шляхом створення та управління підприємствами чи ініціативами. Виділено пул інструментів для результативності соціального підприємництва: перспективні ідеї, соціальні інновації, соціально відповідальні практики та соціальні інститути. Охарактеризовано етапи процесної мапи соціального підприємництва для досягнення сталого розвитку.

Ключові слова: **соціальне підприємництво, інклюзія, кластерна концепція, сталий розвиток, соціальна відповідальність, нарративне інтерв'ю, тематична та процесна мапа.**

JEL Classification: L31; M14; A13; B55; C31; O35.

Як цитувати: Браунагель, А. В. (2023). Соціальне підприємництво як інклюзивна кластерна концепція сталого розвитку країни. *Соціальна економіка*, 66, 5-13. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-01>

In cites: Braunagel, A. (2023). Social entrepreneurship as an inclusive cluster concept of sustainable development of the country. *Social Economics*, 66, 5-13. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-01> (In Ukrainian)

Вступ. Останніми роками соціальне підприємництво як нова наукова сфера підприємництва привернула увагу представників наукової думки. Соціальне підприємництво сьогодні є інклюзивною кластерною концеп-

цією сталого розвитку підприємницького потенціалу країн світу. Механізми державної системи регулювання та підтримки розвитку соціального підприємництва в країнах емерджентного типу, сприяють прискоренню 17-

ти Цілей тисячоліття та сталому розвитку країни. Враховуючи глобальний масштаб соціального підприємництва, дослідження та систематизація елементів кластерної концепції та напрями реалізації процесного підходу в управлінні соціальним підприємництвом при ефективних механізмах державної системи регулювання та підтримки сприятимуть сталому розвитку країни шляхом розширення та популяризації ефектів від соціального підприємництва.

Метою статті є обґрунтування теоретико-методологічного базису взаємозв'язку елементів кластерної концепції та напрямів реалізації процесного підходу в управлінні соціального підприємництва для цілей прискорення сталого розвитку в соціальній економіці.

Об'єктом є взаємозв'язок складових кластерної системи соціального підприємництва та інструментів управління процесами для досягнення результативності ідей щодо соціального впливу, ефектів, цінностей, благ.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти формування кластеру соціального підприємництва для розвитку соціальної економіки в нестабільних умовах.

Досягнення поставленої мети зумовило необхідність постановки і вирішення таких наукових завдань:

- дослідити науково-теоретичні аспекти формування соціального підприємництва, характерні ознаки та його нормативно-правового забезпечення;
- розробити мапу індуктивного аналізу нарративного інтерв'ю за Ф. Шюце при ідентифікації інтересів та потреб соціуму у діяльності соціального підприємництва для досягнення його стійкості та сталого розвитку;
- систематизувати науково-практичний інструментарій процесного підходу в управлінні соціальним підприємництвом;
- представити кластерну концепцію соціального підприємництва в соціальній економіці для прискорення цілей сталого розвитку країни.

Огляд літератури. Важливим напрямком досліджень у сфері соціальної економіки постає концептуальний розвиток соціального підприємництва з розробкою інклюзивної соціальної політики, практикою впровадження та юридичною ідентичністю в контекстуальному розумінні явища. Значна кількість наукових досліджень орієнтована на розвиток соціального капіталу в емерджентній економіці В. Гурочкина та інші (Hurochkina, Reshmidilova, Bohatchuk, Telnov, Skorobogata, & Riabinina, 2021), та процеси моделювання розвитку соціального капіталу та його фінансового забезпечення В. Дзеджула та інші (Dzhedzhula, Hurochkina, Yerifanova, & Telnov, 2022), крім того важливого значення

в контексті розвитку промислових підприємств в емерджентній економіці набуває інтелектуальний потенціал соціального капіталу (Гурочкина, 2020), який матиме можливість розвитку при ефективному на адресному забезпеченні соціуму.

Як зазначають закордонні науковці С. Сенгупта та А. Сагай (Sengupta & Sahay, 2018) «якщо соціальне підприємництво виникає як необхідність у контексті розвинутої країни, яка є егалітарним суспільством, де соціальне забезпечення є невід'ємною частиною ділових установ, можна припустити, що це може бути необхідністю в країнах із економікою, що розвивається та найменш розвинутою економікою», і автори запропонували використання кластерної концепції соціального підприємництва для сприяння концептуальному розвитку явища в різних екосистемах при обмежених правових та регуляторних нормах.

Зазначимо, що егалітарне суспільство (Егалітаризм - франц. egalitarisme, від egalite - рівність), як концепція створення суспільства з рівними можливостями з управління і доступу до матеріальних благ всім його членам, має враховувати різноманіття та індивідуальність, з метою запобігання формуванню утопічних моделей абсолютної рівності.

Соціальне підприємництво є ефективним методом вирішення соціальних проблем, яке має свої особливості функціонування та практики впровадження в Україні, як зазначають А. Попович та О. Кацора (Popovich & Katsora 2020). Основними факторами, які впливають на розвиток соціального підприємництва, є підвищення рівня суспільної свідомості громадян, законодавче визначення соціальних підприємств та їх оподаткування, фінансова підтримка соціальних підприємств на державному рівні, грантова підтримка, збільшення власних доходів громадян.

Важливість підтримки соціального підприємництва у повоєнний період підкреслила Г. Дивнич (Dyvnych 2022), та зазначила, що це перспективний напрям економічного та соціального розвитку України при реінтеграції військовослужбовців, ветеранів АТО та членів їхніх сімей. Ми підтримуємо цю думку, і вважаємо, що саме соціальне підприємництво сприятиме не тільки посиленню соціальних ефектів у суспільстві, а і сприятиме збільшенню кількості самозайнятих осіб в країні.

Сьогодні в Україні відсутня юридична ідентичність концепції «соціального підприємництва», що вносить контекстуальне непорозуміння щодо досягнення суспільно значущих завдань в підприємницькій діяльності та об'єднанні його в інклюзивну кластерну концептуальну систему сталого розвитку країни. Тому важливо прийняти ключові законодавчі

основи в національних стратегічних і політичних нормативних документах для ефективного регулювання та підтримки розвитку соціального підприємництва.

Перші кроки для розвитку нормативно-правового забезпечення та юридичної ідентичності концепції «соціального підприємництва» вже зроблені у 2013 р. при поданні Законопроекту «Про соціальне підприємництво» на розгляд до Комітету Верховної Ради з питань економічної політики, але до сьогодні даний проект ще не набрав чинності.

Як зазначають Л. Шаульська та Г. Кабаченко, що немає єдиного механізму та не висвітлюється проблема правового забезпечення діяльності підприємств, створених громадськими об'єднаннями, що працюють у форматі соціального підприємництва, з одного боку, є дозволи на таку діяльність у Законі України «Про громадські об'єднання» та у Господарському і Податковому Кодексах України, з іншого – не сформована методологія правового забезпечення такої діяльності та державного управління нею (Шаульська & Кабаченко, 2016).

Методологія дослідження. Опираючись на наведений теоретико-методологічний базис та інформаційне забезпечення у статті побудовано процесну мапу соціального підприємництва, та тематичну мапу нарративного інтерв'ю соціального підприємництва, яку рекомендовано використовувати в нестабільних умовах емерджентної системи. Використане інформаційне забезпечення за теорією соціального впливу має спиратись не лише на теоретико-методологічний базис формування соціального підприємництва, а ще на його управлінський інструментарій та новітні інтеграційні механізми кластерної концепції соціального підприємництва в соціальній економіці для прискорення цілей сталого розвитку країни.

Основні результати. Соціальне підприємництво є одним із найбільш інноваційних шляхів досягнення кращої якості життя всього населення, підвищення рівня незалежності і включення в суспільство людей з особливими потребами. Для успішного розвитку соціального підприємництва необхідно створювати стійкі партнерські відносини між приватними, державними та неприбутковими організаціями, в якому кожен із цих учасників повинен визнати свою роль та обов'язки для досягнення суспільно значущих завдань (Наумова, 2022, с. 87).

Особливостями соціального підприємництва є досягнення основної мети – прямого цілеспрямованого результату «соціального ефекту» від діяльності підприємництва, а не побічним продуктом діяльності. У більшості випадків це можуть бути неприбуткові організації, або гібридні підприємства, які поєд-

нують в собі елементи комерційних підприємств та неприбуткових організацій. Тобто, це підприємства, які створені з метою розв'язання певних соціальних чи екологічних проблем, не акцентуючи увагу на прибутковості. Хоча, за інформацією порталу «Гурт» в Україні часто плутають корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) з соціальним підприємництвом, тому варто зазначити, що для соціально-відповідального бізнесу соціальний ефект є побічним продуктом діяльності і до того ж добровільним, тобто таким, що може бути включений у діяльність і виключений у будь-який момент по рішенню керівництва. Соціальні цілі повинні бути прописані у статуті організації або в інших документах, які приймаються засновниками і є обов'язковими до виконання (Назарчук, 2013). Тому потрібно розмежувати соціально-відповідальний бізнес від соціального підприємництва.

Основними характерними ознаками соціального підприємництва виділяють такі риси, які представлені на рис. 1.

1. Соціальна місія та ефект як пріоритет, що орієнтовані на вирішення соціальних, екологічних або гуманітарних проблем у діяльності підприємства.
2. Соціальна спрямованість прибутку підприємств, тобто соціальні підприємства можуть генерувати прибуток, але цей прибуток часто використовується для фінансування соціальних цілей та розвитку діяльності.
3. Інноваційні моделі бізнесу для досягнення соціальних цілей.
4. Звітність та прозорість діяльності, соціальна ефективність та вплив на громадськість.
5. Соціальне партнерство та співпраця з громадськими організаціями, державними інституціями та іншими суб'єктами для досягнення своїх цілей.

Соціальне підприємництво визначається не лише своєю прибутковістю, але і впливом, який воно справляє на суспільство та довкілля, розв'язуючи соціальні та екологічні проблеми через підприємницькі підходи.

Створення нових рішень для досягнення соціальних та екологічних ефектів базується на розробці нових технологій та методиках щодо послаблення негативних впливів від соціальних загроз та погіршення стану клімату, наприклад, забезпечення оптимального соціального та економічного впливу бізнес-операцій і автоматизованих систем на вирощування, виробництво, споживання, переробку, утилізацію. Соціальні інновації є ключовою стратегічною сферою, оскільки їх мета полягає у розширенні позитивного впливу на суспільство та зміну клімату. У Європейському контексті технологічні інновації є важливим аспектом соціальних інновацій, оскільки передові інновації можуть залучити державне

фінансування та створити вплив на суспільство через зайнятість, навколишнє середовище та суспільство.

Покликом соціального підприємництва є забезпечення соціальних інтересів та потреб у суспільстві шляхом впровадження новаторських ідей й підходів. З метою посилення адресності та релевантності соціальної допомоги при реалізації соціальних проєктів та веденні соціального підприємництва пропонуємо проводити нарративне інтерв'ю за Ф. Щице, яке розкриває реальні потреби та інтереси на основі життєвого досвіду респондента. Наприклад, Климчук В. виділяє роль нарративного інтерв'ю за Ф. Щице (Климчук, 2022, с. 44) в системі ідентифікації потреб, і тому є положенням про гомологію форми оповідання життєвого досвіду. Структура нарації подібна до структури поведінкової орієнтації, оскільки містить контекст, послідовність подій і їх кінцеву точку, оцінку наслідків, тоді як ситуація, цілепокладання, планування та оцінка результату є конститутивами цілеспрямованої поведінки людини. За Дж. Брунером (Брунер, 1990), нарратив дозволяє реконструювати і поведінку, і контекст у максимально відповідний спосіб: показує місце, час, мотивацію і символічну систему орієнтацій діючих осіб. С. Йовчеловіч та М. Бауер

(Йовчеловіч & Бауер, 2000), аналізуючи проблему співвідношення нарративу і реальності, робили висновки для побудови тематичної мапи нарративного інтерв'ю в соціальному підприємстві.

Індуктивний аналіз нарративного інтерв'ю за Ф. Щице дозволяє досягнути основні теми та субтеми соціального підприємництва для досягнення стійкості та сталого розвитку. Кластеризація соціального підприємництва обумовлює групування соціальних підприємств та різних соціальних ініціатив від підприємців на основі спільних характеристик та специфічних особливостей їх діяльності за територіальною ознакою або контексту. Це допомагає краще розуміти цей різноманітний сектор та визначати спільні потреби та можливості для розвитку. Діяльність кластеру соціального підприємництва націлена на створення соціальної цінності, конвергенція діяльності соціального підприємця та соціального підприємства, їх ринкової орієнтації та соціальних інновацій.

Інклюзивність в кластерній концепції соціального підприємництва сприяє створенню справедливої та динамічної екосистеми для соціальних підприємств, сприяє зменшенню нерівностей та підвищенню ефективності їхньої діяльності, що представлено на рис. 3.

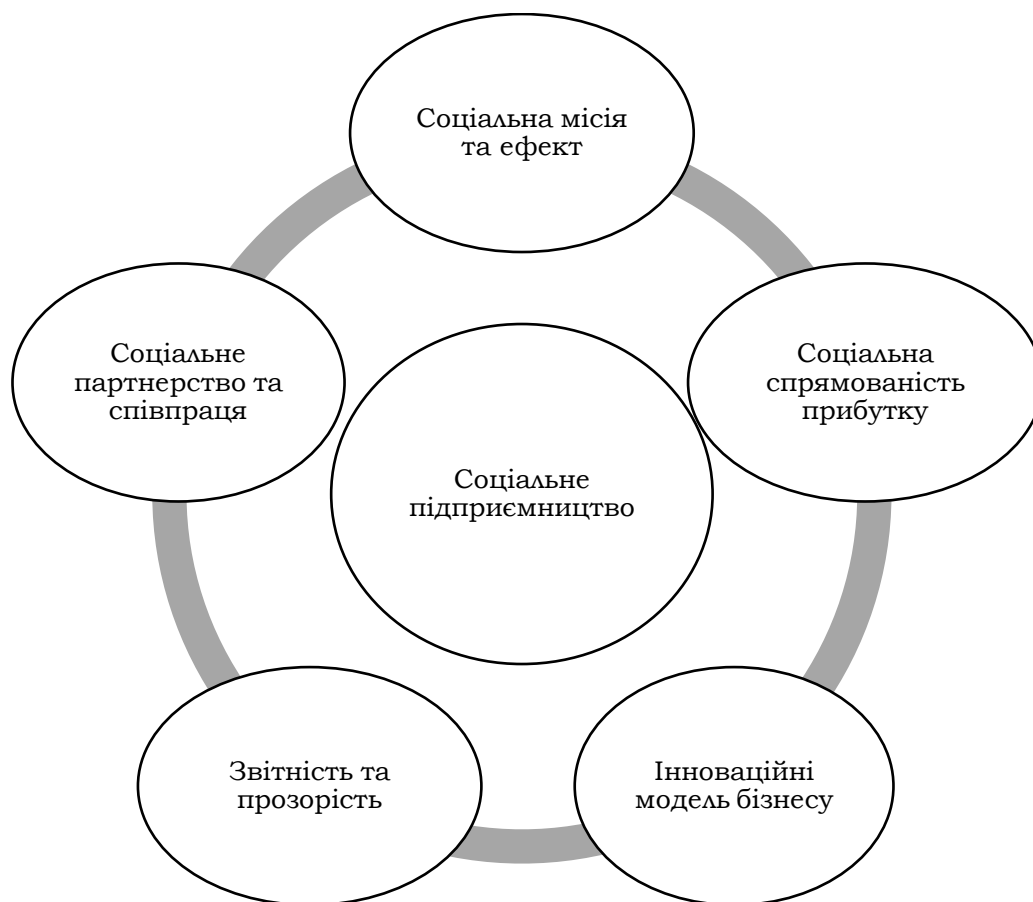


Рис. 1. Основні характерні ознаки соціального підприємництва
Fig. 1. The main characteristics of social entrepreneurship

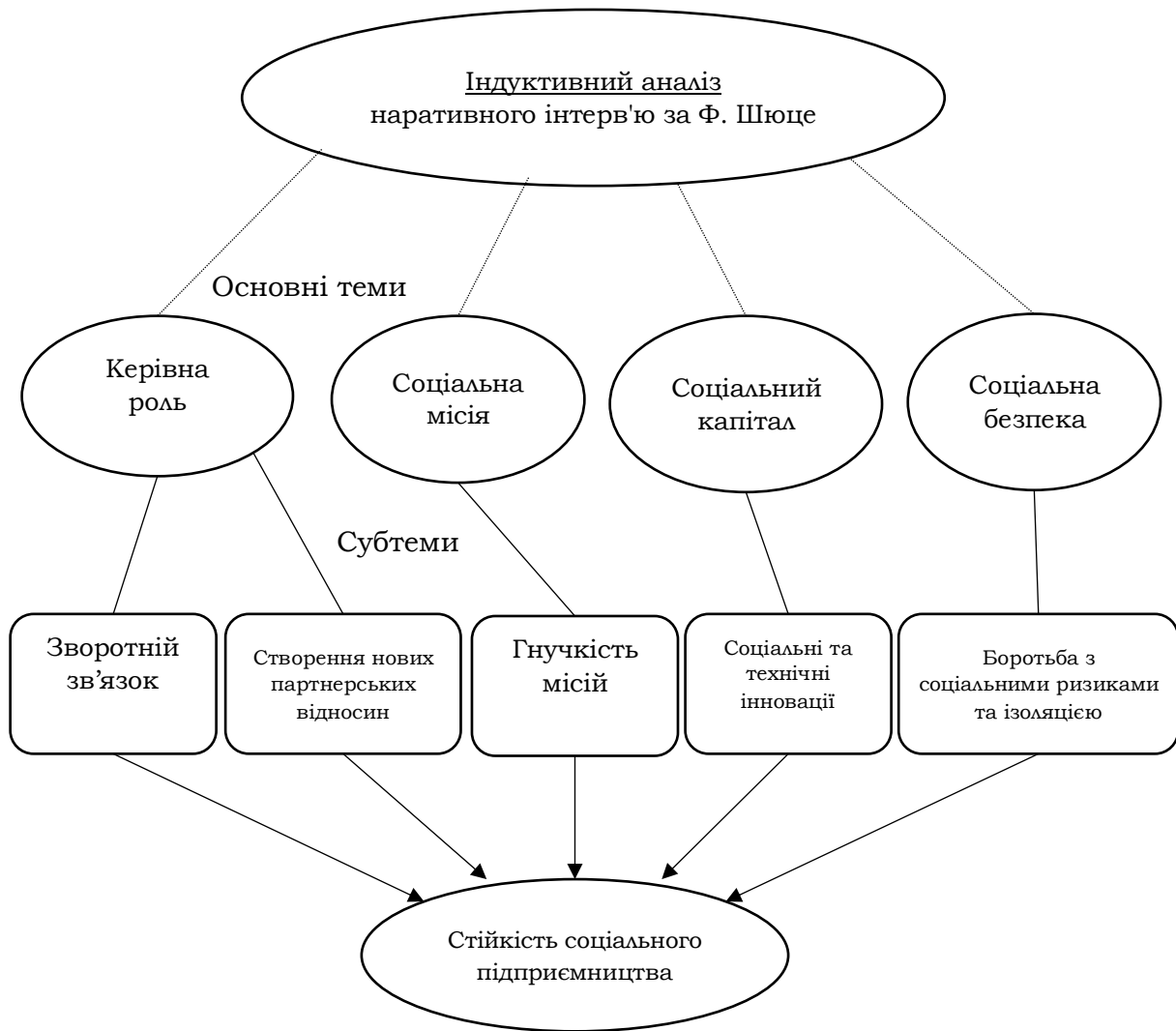


Рис. 2. Тематична мапа наративного інтерв'ю в соціальному підприємстві

Fig. 2. Thematic map of a narrative interview in social entrepreneurship

Джерело: удосконалено автором (Климчук, 2022, с. 44)

З метою кластеризації соціального підприємництва в соціальній економіці для забезпечення прискорення цілей сталого розвитку країни мають стати наступні напрями:

- галузева кластеризація, яка сприятиме обміну знаннями та ресурсами в межах однієї галузі, наприклад, у сфері охорони здоров'я, освіти, екології, соціальної допомоги, мистецтва та культури;
- регіональна кластеризація, яка сприятиме вирішенню специфічних місцевих проблем;
- спільна соціальна місія та/або цільова аудиторія, яка націлена на інклюзивний підхід в інтеграції суспільства, обмін досвідом та ресурсами;
- бізнес-модель універсальних соціальних підприємств, які поєднують у собі прибуткові та неприбуткові аспекти;
- об'єднання в залежності від розміру та стадій розвитку.

Кластеризація соціального підприємництва

посилює співпрацю, обмін знаннями та технологіями, ресурсами та інноваціями між соціальними підприємствами, а також підтримує створення сприятливого середовища для діяльності учасників соціального кластеру. Створення кластеру соціального підприємництва дозволяє забезпечити рівний доступ до ресурсів (фінансування, підтримка, навчання та інфраструктура); партнерство та співробітництво (створення платформ для обміну досвідом); врахування особливостей та різноманітності організаційних форм підприємницької структури за розмірами, галузями, регіонами та бенефіціарами (люди з інвалідністю, безробітні, молодь тощо); залучення до процесу прийняття управлінських рішень щодо формування стратегій, забезпечуючи представництво різних груп та поглядів; розширення міжнародної співпраці для обміну досвідом та залучення міжнародної підтримки до розвитку соціального підприємництва.

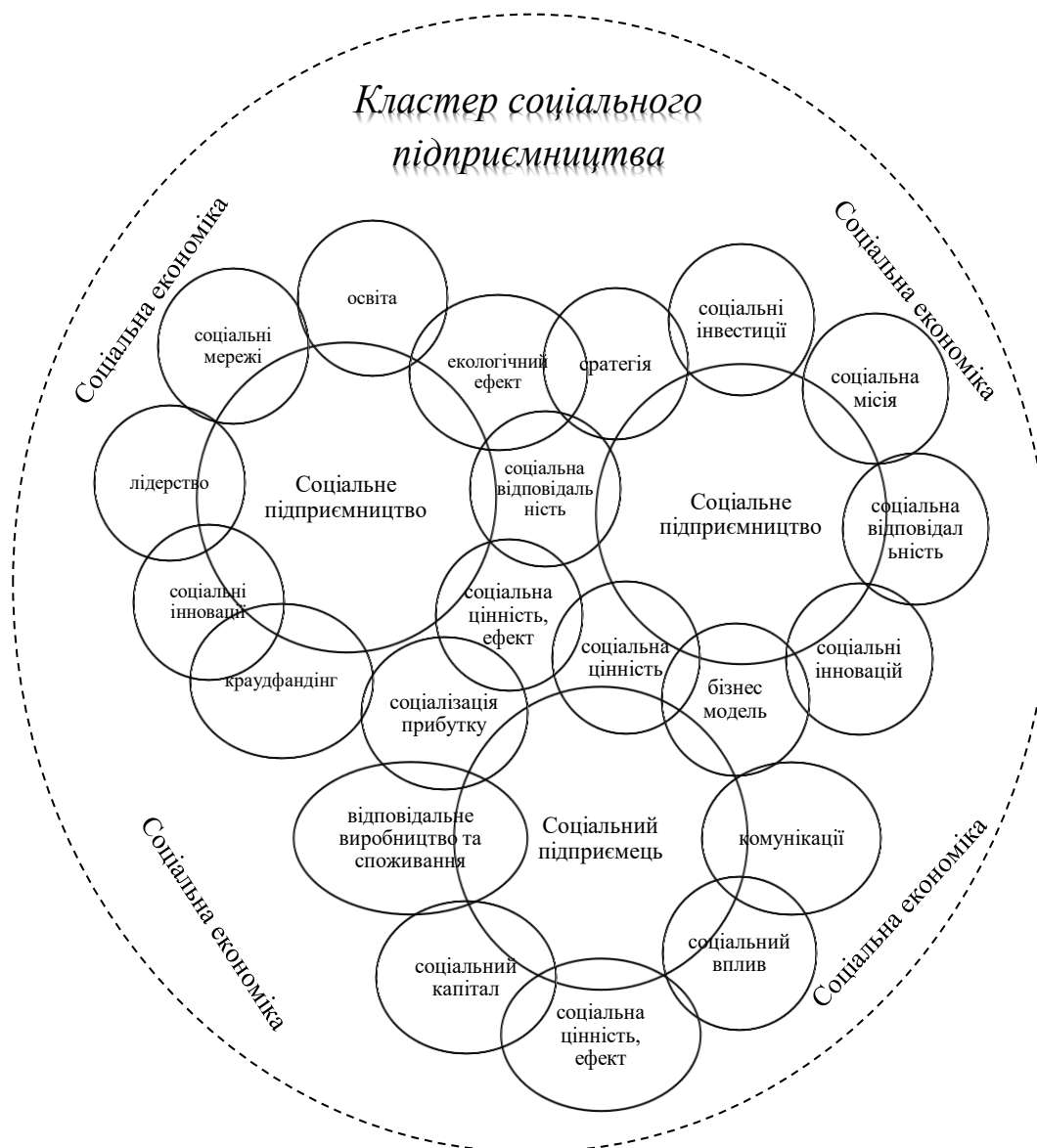


Рис. 3. Кластерна концепція соціального підприємництва в соціальній економіці для прискорення цілей сталого розвитку країни
 Fig. 3. The cluster concept of social entrepreneurship in the social economy to accelerate the country's sustainable development goals

Процес соціального підприємництва (рис.4) обумовлює забезпечення соціальних інтересів та потреб через інноваційні та сталі підприємницькі підходи шляхом створення та управління підприємствами чи ініціативами. Основна ідея полягає в тому, щоб використовувати підприємницькі підходи для досягнення позитивних соціальних змін впроваджуючи перспективні ідеї, соціальні інновації, соціально відповідальні практики, та формуючи соціальні інститути.

На першому етапі процесної мапи соціального підприємництва визначають соціальні інтереси та потреби в суспільстві, які можна забезпечити. З цією метою проводять

наративне інтерв'ю за Ф. Шице та розробляють новаторські ідеї й підходи, які можуть сприяти вирішенню соціальної проблеми.

На другому етапі відбувається створення бізнес-моделі, яка поєднує соціальні цілі з ресурсним забезпеченням та ефективністю. Здійснюється пошук фінансових ресурсів для розвитку та масштабування соціальної ініціативи.

На третьому етапі використовуються можливості для впровадження та масштабування соціального впливу, що при результативності процесу уможливає вимірювання соціального впливу через конкретні соціальні показники і результати досягнень.

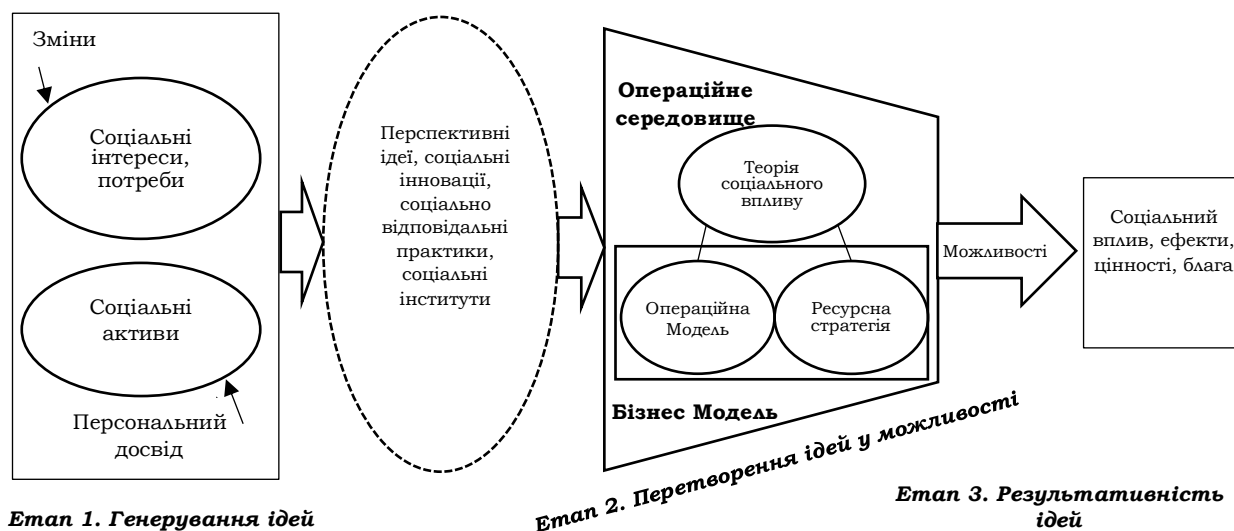


Рис. 4. Процесна мапа соціального підприємництва

Fig. 4. Process map of social entrepreneurship

Джерело: удосконалено автором (Guclu, Dees, & Anderson, 2002)

Висновки. Отже, відсутність юридичної ідентичності концепції «соціального підприємництва» вносить контекстуальне непорозуміння щодо досягнення суспільно значущих завдань в підприємницькій діяльності та об'єднанні його в інклюзивну кластерну концептуальну систему сталого розвитку країни. Впровадження кластерної концепції соціального підприємництва сприятиме прискоренню реалізації цілей сталого розвитку в соціальній економіці. Запропонована тематична мапа наративного інтерв'ю у діяльності соціального підприємництва посилюватиме

адресність соціальних інвестицій та сприятиме сталому розвитку. Взаємозв'язок складових кластерної системи соціального підприємництва та інструментів управління процесами заснований на активізації інтелектуального потенціалу соціального капіталу та реалізації перспективних ідей, соціальних інновацій, соціально відповідальної практики, та формуванні соціальних інститутів. Перспективи подальших розвідок будуть спрямовані на деталізацію інструментів управління та причинно-наслідкових зв'язків кластерної системи соціального підприємництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гурочкіна В. В. Механізми розвитку промислових підприємств в емерджентній економіці: монографія. Хмельницький: ХНУ, 2020. 336 с.
2. Махортов Ю. О., Гурочкіна В. В. Стратегічні напрями інклюзивного розвитку України. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2018. № 17. С. 35–44. URL: https://nonproblem.net/wp-content/uploads/2019/12/2019_17_035.pdf (дата звернення: 20.10.2023).
3. Климчук В. О. Наративне інтерв'ю Ф. Шюце. URL: https://duan.edu.ua/images/staff/departments/pedagogy_and_psychology/Conferences/Yakisni_doslidzhennia.pdf (дата звернення: 20.10.2023).
4. Наумова М. О. Орієнтири державної політики стимулювання розвитку соціального підприємництва в Україні. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2022. № 2 (106). С. 84–88. DOI: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2022-2-12>
5. Назарчук В. Про критерії соціального підприємства. 2013. URL: <https://gurt.org.ua/blogs/952/1127/> (дата звернення: 20.10.2023).
6. Шаульська Л. В., Кабаченко Г. С. Розвиток соціального підприємництва як напрям державного регулювання ринку праці. *Економіка і організація управління: Збірник наукових праць*. 2016. № 2 (22). С. 299–308.
7. Bruner J. *Acts of meaning*. London: Harvard University Press. 1990. 179 p.
8. Dvynych H. Regulations on social entrepreneurship: european experience. *Baltic Journal of Legal and Social Sciences*, 2022. (2), 47–52. DOI: <https://doi.org/10.30525/2592-8813-2022-2-8> (дата звернення: 20.10.2023).
9. Dzhedzhula V., Hurochkina V., Yepifanova I., Telnov A. Fuzzy Technologies for Modeling Social Capital in the Emergent Economy, *WSEAS Transactions on Business and Economics*. 2022. № 19. Pp. 915–923. DOI: <https://doi.org/10.37394/23207.2022.19.80>
10. Guclu A., Dees J.G., & Anderson B.B. *The Process of Social Entrepreneurship: Creating Opportunities Worthy of Serious Pursuit*. 2002.
11. Hurochkina V., Reshmidilova S., Bohatchyk L., Telnov A., Skorobogata L., Riabinina N., Modeling Effectiveness of Financial Support for the Social Capital Development in Economic Emergence, *WSEAS Transactions on Environment and Development*. 2021. № 17. Pp. 262–270. DOI: <https://doi.org/10.37394/232015.2021.17.27>
12. Jovchelovitch S., Bauer M. W. *Narrative interviewing. Qualitative researching with text, image and sound: a practical handbook*. London: SAGE Publications. 2000. Pp. 57–74.
13. Popovich A., Katsora O. Prospects of social entrepreneurship development in Ukraine. *Grani*. 2020. Vol. 23(5). Pp.39–44. DOI: <https://doi.org/10.15421/172051>
14. Sengupta S., Sahay A. Social enterprises in the Indian context: conceptualizing through qualitative lens. *Journal of Global Entrepreneurship Research*. 2018. Vol. 8(1). Pp.1–19. DOI: <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0087-5>

15. Sengupta S., Sahay A., Croce F. Conceptualizing social entrepreneurship in the context of emerging economies: an integrative review of past research from BRIICS. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 2018. Vol. 14(4). Pp. 771–803. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0483-2>
16. Hussain B., Zafar Sheikh A., Fatima T. Learning social entrepreneurship: Experiences of sociology students. *Cogent Business and Management*. 2022. Vol. 9(1). DOI: <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2032539>
17. Cardella G. M., Hernández-Sánchez B. R., Monteiro A. A., Sánchez-García J. C. Social entrepreneurship research: Intellectual structures and future perspectives. *Sustainability (Switzerland)*. 2021. Vol. 13(14). DOI: <https://doi.org/10.3390/su13147532>
18. Kamaludin M. F., Xavier J. A., Amin M. Social Entrepreneurship and Sustainability: A Conceptual Framework. *Journal of Social Entrepreneurship*. 2021. DOI: <https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1900339>
19. Hota P. K., Subramanian B., Narayanamurthy G. Mapping the Intellectual Structure of Social Entrepreneurship Research: A Citation/Co-citation Analysis. *Journal of Business Ethics*. 2020. Vol. 166(1). Pp. 89–114. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04129-4>
20. Grilo R., Moreira A. C. The social as the heart of social innovation and social entrepreneurship: An emerging area or an old crossroads? *International Journal of Innovation Studies*. 2022. Vol. 6(2). Pp. 53–66. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2022.03.001>

Стаття надійшла до редакції 21.10.2023 р.

Стаття рекомендована до друку 24.11.2023 р.

Andriy Braunagel, PhD Student, State Tax University, 31, Universitetska Str., Irpin, 08201, Ukraine
 braunagel870@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-3231-5181>

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS AN INCLUSIVE CLUSTER CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY

Abstract. The purpose of writing the article is the systematization of the elements of the cluster concept and directions for the implementation of the process approach in the management of social entrepreneurship, which will contribute to the acceleration of the implementation of the goals of sustainable development in the social economy. The main characteristic features of social entrepreneurship are presented. The theoretical and practical aspects of the formation of a cluster of social entrepreneurship and its influence on the mechanisms of development of the social economy in unstable conditions are studied. The relationship between the components of the cluster system of social entrepreneurship and process management tools to achieve the effectiveness of ideas regarding social impact, effects, values, and benefits is highlighted. The map of the inductive analysis of the narrative interview according to F. Schütze was developed and presented in the identification of the interests and needs of society in the activity of social entrepreneurship to achieve its sustainability and sustainable development. The scientific and practical tools of the process approach in the management of social entrepreneurship have been systematized. The article states that the clustering of social entrepreneurship determines the grouping of social enterprises and various social initiatives from entrepreneurs on the basis of common characteristics and specific features of their activity by territorial feature or context. It was revealed that the activities of the social entrepreneurship cluster are aimed at creating social value, convergence of the activities of the social entrepreneur and the stakeholders of the social enterprise, their market orientation and social innovations. It is noted that the process of social entrepreneurship determines the provision of social interests and needs through innovative and sustainable entrepreneurial approaches through the creation and management of enterprises or initiatives. A pool of tools for the effectiveness of social entrepreneurship has been identified: promising ideas, social innovations, socially responsible practices, and social institutions. The stages of the process map of social entrepreneurship to achieve sustainable development are characterized.

Keywords: **Social Entrepreneurship, Inclusion, Cluster Concept, Sustainable Development, Social Responsibility, Narrative Interview, Thematic and Process Map.**

JEL Classification: L31; M14; A13; B55; C31; O35.

REFERENCES

1. Hurochkina, V. V. (2020). *Mechanisms of development of industrial enterprises in the emerging economy*: monograph. Khmelnytskyi: KhNU, 2020. (in Ukrainian)
2. Mahortov, Yu. O., & Hurochkina, V. V. (2018). Strategic directions of inclusive development of Ukraine. *Problems of innovation and investment development*, 17, 35–44. Retrieved from https://nonproblem.net/wp-content/uploads/2019/12/2019_17_035.pdf (in Ukrainian)

3. Klimchuk, V. O. (2021). Narrative interview with F. Shyutse. Retrieved from https://duan.edu.ua/images/staff/departments/pedagogy_and_psychology/Conferences/Yakisni_doslidzhennia.pdf (in Ukrainian)
4. Naumova, M. O. (2022). Landmarks of the state policy of stimulating the development of social entrepreneurship in Ukraine. *Scientific Bulletin of the Poltava University of Economics and Trade. Series "Economic Sciences"*, 2 (106), 84-88. doi: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2022-2-12> (in Ukrainian)
5. Nazarchuk, V. (2013). About social enterprise criteria. Retrieved from <https://gurt.org.ua/blogs/952/1127/>
6. Shaulska, L. V., & Kabachenko, G. S. (2016). Development of social entrepreneurship as a direction of state regulation of the labor market. *Economics and management organization: Collection of scientific papers*, 2 (22), 299-308. (in Ukrainian)
7. Bruner, J. (1990). *Acts of meaning*. London: Harvard University Press.
8. Dyvnych, H. (2022). Regulations on social entrepreneurship: european experience. *Baltic Journal of Legal and Social Sciences*, 2, 47-52. doi: <https://doi.org/10.30525/2592-8813-2022-2-8>
9. Dzhedzhula, V., Hurochkina, V., Yepifanova, I., & Telnov, A. (2022). Fuzzy Technologies for Modeling Social Capital in the Emergent Economy, *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 19, 915-923. doi: <https://doi.org/10.37394/23207.2022.19.80>
10. Guclu, A., Dees, J. G., & Anderson, B. B. (2002). *The Process of Social Entrepreneurship: Creating Opportunities Worthy of Serious Pursuit*.
11. Hurochkina, V., Reshmidiolova, S., Bohatchyk, L., Telnov, A., Skorobogata, L., & Riabinina, N. (2021). Modeling Effectiveness of Financial Support for the Social Capital Development in Economic Emergence. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, 17, 262-270. doi: <https://doi.org/10.37394/232015.2021.17.27>
12. Jovchelovitch, S., & Bauer, M. W. (2000). *Narrative interviewing. Qualitative researching with text, image and sound: a practical handbook*. London: SAGE Publications. P. 57-74.
13. Popovich, A., & Katsora, O. (2020). Prospects of social entrepreneurship development in Ukraine. *Grani*, 23(5), 39-44. doi: <https://doi.org/10.15421/172051>
14. Sengupta, S., & Sahay, A. (2018). Social enterprises in the Indian context: conceptualizing through qualitative lens. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1), 1-19. doi: <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0087-5>
15. Sengupta, S., Sahay, A., & Croce, F. (2018). Conceptualizing social entrepreneurship in the context of emerging economies: an integrative review of past research from BRIICS. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4), 771-803. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0483-2>
16. Hussain, B., Zafar Sheikh, A., & Fatima, T. (2022). Learning social entrepreneurship: Experiences of sociology students. *Cogent Business and Management*, 9(1). doi: <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2032539>
17. Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., Monteiro, A. A., & Sánchez-García, J. C. (2021). Social entrepreneurship research: Intellectual structures and future perspectives. *Sustainability (Switzerland)*, 13(14). doi: <https://doi.org/10.3390/su13147532>
18. Kamaludin, M. F., Xavier, J. A., & Amin, M. (2021). Social Entrepreneurship and Sustainability: A Conceptual Framework. *Journal of Social Entrepreneurship*. doi: <https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1900339>
19. Hota, P. K., Subramanian, B., & Narayanamurthy, G. (2020). Mapping the Intellectual Structure of Social Entrepreneurship Research: A Citation/Co-citation Analysis. *Journal of Business Ethics*, 166(1), 89-114. doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04129-4>
20. Grilo, R., & Moreira, A. C. (2022). The social as the heart of social innovation and social entrepreneurship: An emerging area or an old crossroads? *International Journal of Innovation Studies*, 6(2), 53-66. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2022.03.001>

The article was received by the editors 21.10.2023.

The article is recommended for printing 24.11.2023.

<https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-02>
УДК 316.1, 316.3

Наталія Олексіївна Рябініна

аспірантка
Державний податковий університет,
вул. Університетська, 31, Ірпінь, 08201, Україна
riabininano@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-8378-4485>

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодення диктує українському суспільству новітні підходи до вирішень питання соціально-економічного спрямування: вирішення економічних проблем дає можливість для реалізації соціального виконання зобов'язань держави перед населенням. Суттєве навантаження по реалізації бюджетної політики бере на себе саме фінансовий сектор економіки, де головну роль бере на себе нова економічна концепція – соціальний капітал, який визначає та корегує основну роль людини. Суспільство несе відповідальність перед державою, в свою чергу потребує повного виконання зобов'язань держави перед суспільством. Цей ланцюг взаємозв'язку та взаємодії «людина-бізнес-держави» заснована на довірі і взаєморозумінні, що і є драйвером прогресу і інновацій в усіх сферах діяльності держави і українського народу. Соціальний капітал має свої тенденції розвитку і впливу на фінансове забезпечення та ресурс інноваційної діяльності підприємств, який можна виділити, як єднання економічних взаємодій і відносин, що формуються для ефективного та всебічного використання усіх можливих джерел фінансових накопичень і ресурсів та отримання максимального ефекту і подальшого зростання ефективності і інновації. Саме управління підприємством, спрямованим на розвиток і інноваційну діяльність направлені на ефективне підвищення виробничо-господарської діяльності, що впливає на соціально-економічний баланс між бізнесом і суспільством під чітким контролем держави. Розробки теоретичного базису інновацій в підприємстві та його практичне застосування у подальшому, може вносити свій вклад в розвиток фінансового сектору держави, що в умовах кризової ситуації та війни вкрай необхідно і актуально. Розвиток соціального капіталу вносить нову стратегію та шлях інновацій в систему економічних відносин, який спрямований на подолання кризи та перспективи в майбутньому розвитку країни.

Ключові слова: **соціальний капітал, фінансове забезпечення, довіра, соціально-економічний розвиток, добробут, інноваційна діяльність, консолідація та єднання суспільства, бюджетна політика.**

JEL Classification: M15; A14; O35; D71.

Як цитувати: Рябініна, Н. О. (2023). Вплив соціального капіталу на фінансове забезпечення інноваційної діяльності підприємств. *Соціальна економіка*, 66, 14-22. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-02>

In cites: Riabinina, N. (2023). Influence of social capital in the financial support of innovation activity of enterprises. *Social Economics*, 66, 14-22. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-02> (In Ukrainian)

Вступ. Об'єктом дослідження є нова економічна концепція сучасного розвитку – соціальний капітал, в якій людина займає вирішальну та основну роль в фінансовому забезпеченні розвитку інновацій в державі.

Сьогодення України стоїть перед важким вибором соціально-економічного напрямку. Для результативності подолання перешкод багатовекторного розвитку держави та виконання соціальних зобов'язань перед суспільством, необхідна поступова переорієнтація на інноваційні процеси фінансового сектору,

внутрішню перебудову самої системи перформатування підприємства, починаючи від особистості, простого співробітника, загального бізнесу та окремих ділових структур, організації, до рівня держави на гнучкі, мирні соціальні взаємозв'язки, взаємодії, довіру, які є базою соціального капіталу.

Мета статті – визначити роль соціального капіталу в фінансовому забезпеченні інноваційного соціально-економічного розвитку України та систематизувати теоретичні основи розвитку і узагальнення стану соціально-еко-

номічного розвитку України та практичне застосування інноваційних процесів у фінансовому секторі. Головним завданням сучасної проблематики використати можливі тенденції реформування та перспективи розвитку для подальшого розвитку.

Огляд літератури. Розробка управлінських рішень в фінансовій сфері аналізувалася та опрацьовувалась широким колом зарубіжних та українських науковців-економістів: О. Бутнік-Сіверський, Р. Акоффа, П. Друкер, І. Ансофф, В. Верба, О. Гребешкова, В. Василенко, М. Коденська, С. Гуткевич, Ю. Погорелов, О. Раєвнева, тощо, але треба визначити, що концепція управління не стоїть на місці і потребує постійного оновлення та реформування. На часі сьогодні використання інноваційних технологій у фінансовій сфері, яка допоможе бізнесу підлаштуватися до стрімких тенденцій. Питання поєднання взаємодії соціального капіталу з економіко-фінансовою діяльністю широко обговорюється в зарубіжних наукових колах, що дає можливість аналізувати дослідження в цьому напрямку та застосовувати ефективні методи і прийоми реалізації на практиці в нашій країні. Вплив та роль соціального капіталу на фінансові показники підприємства розкривають в своїх статтях статистично-порівняльному аналізі і фінансовому розвитку дослідники В. Цзян, Х. Чжан, Й. Наконечна та Ф. Джамаані (Jiang, Zhang, Nakonieczny, & Jamaani, 2023), А. Гізо, П. Сап'єнца та А. Зінгалес (Guiso, Sapienza, & Zingales, 2004). Одним із базових компонентів соціального капіталу є довіра та взаєморозуміння, які впливають на гарантії виконання домовленостей і тим самим впливають на кінцевий результат процесу, в статтях Б. Карлін, Ф. Доробанту, С. Вісванатан (Carlin, Dorobantu, & Viswanathan, 2009), К. В. Лінс, А. Серваес та А. Тамайо (Lins, Servaes, & Tamayo, 2016) піднімається питання суспільної довіри та цінність корпоративної соціальної відповідальності під час фінансової кризи. Інвестиційний напрямок та вартість власного капіталу, як ресурс розвитку широко досліджують А. Гупта, К. Раман, Ш. Ченгуан (Gupta, Raman, & Chenguang, 2018), С. К. Чой, І. Кочі, М. Ван (Choy, Koci, Wang, 2023). Економічний добробут та соціальне благополуччя близького оточення завжди стає першочерговим завданням людини та держави і родинні зв'язки та фінансові мережі, формальний доступ до фінансових послуг та зниження ризиків дуже важливі на початку шляху, які висвітлюються в статтях С. Кіннан та Р. Таунсенд (Kinnan, & Townsend, 2012), тому що, соціальний капітал є основним драйвером єднання суспільства до виконання цілей і принципів держави, а його зростання веде до

стирання соціальної нерівності людей.

Методологія дослідження. В статті розкриваються методологічні бази визначення нової економічної концепції, формування та етапи розвитку соціального капіталу, які лежать на основі принципів системності, практичного впровадження та об'єктивності. Розглянутий статистично аналіз Державного бюджету України, на основі порівняльного та компаративного методу дає можливість висвітлити проблеми та позитивні просування соціально-економічної стратегії держави. Перспективи розвитку інноваційної діяльності на підприємстві, методом логічного аналізу дають можливість спрямувати шляхи для подолання застарілих управлінських рішень на нові технологічні, більш ефективні, направлення.

Основні результати. Зміна характеру та цільові направлення суспільства, переорієнтація цінностей системи та критеріїв взаємовідносин різних рівнів несуть багатовекторність і соціально-економічного розвитку, підвищуючи якість та параметри життя. Всі соціально-економічні складові об'єднуються в суспільне поняття – соціальний капітал.

Соціальний капітал, концепція досить нова, але є ключовим драйвером соціально-економічної політики держави. Починаючи з економічної історії становлення нашої країни: неконтрольована приватизація, дерегулювання підприємства, відмова з боку держави від опосередкованої участі в процесі виробництва й стимулювання особистого приватного підприємництва та прозорості конкурентоспроможності, все це дало поштовх для інноваційного розвитку. Реформування та прориви розвитку галузевого ринку, з розширенням та налагодженням логістичних напрямків, використання потужних інфраструктурних можливостей забезпечує постійну роботу аналізу направлений на покупця, а держава є гарантом законно-правових норм, проводить раціональну податкову й стимулюючу бізнес-політику соціального капіталу. Тобто інноваційна політика вимагає високого рівня життя населення, коли люди не думають, як дожити до зарплати, і надійно перестраховані у своїх творчих прагненнях. Такі умови створюють внутрішню мотивацію до прогресу як спонукального механізму конкуренції. Соціальний капітал - це нематеріальний цілеспрямований потенціал для розвитку людського капіталу у матеріальному процесі виробництва. Формування та накопичення соціального капіталу реалізовується в окресленому взаємозв'язку об'єктивного та суб'єктивного факторів. З одного боку, він є продуктом суспільного розвитку й уявляє багато специфічних особливостей «певної країни і суспільства, а з іншого – дієвий, твор-

чий суб'єкт суспільства в цілому й конкретної людської індивідуальності зокрема». (Стежко, 2010). Вагоме навантаження виконання соціально-економічних зобов'язань бере на себе бізнес. Стабільність соціального фінансового забезпечення залежить від загального стану фінансів держави і несе можливість планування та реальних дій.

«В цілому, фінансове забезпечення розглядають як у вузькому, так і в широкому розумінні. У вузькому розумінні під фінансовим забезпеченням розуміють систему фінансування, яка може здійснюватися через різні форми та методи. Найпоширенішим в такому контексті є визначення фінансового забезпечення інноваційної діяльності як комплексу методів та важелів впливу на інноваційну діяльність, який реалізується в різних формах через відповідну систему фінансування». (Возняк, 2007). «Виходячи з вузького розуміння фінансового забезпечення, основними складовими фінансового забезпечення інноваційної діяльності є: методи та форми фінансування, важелі впливу на інноваційну діяльність, джерела надходження коштів, моніторинг і контроль за фінансуванням інноваційної діяльності». (Єпіфанова, 2019).

У широкому розумінні економічної концепції поняття «фінансове забезпечення» визначають систему фінансових взаємодій і відносин, які базуються на чітко прописаних законодавчих нормах і методів створення, лояльності, мобільності на основі довіри і взаєморозуміння та використання як підприємницьких так і державних фондів фінансових накопичень і ресурсів.

Система фінансового інноваційного забезпечення тримається на основних складових: об'єкти, принципи, методи, форми фі-

нансування, можливості впливу та розвитку на інноваційну фінансову діяльність, контролінг за фінансуванням інноваційної діяльності. Головним представником процесу інноваційної фінансової діяльності є сам суб'єкт господарювання, який на різних етапах своєї роботи має завдання: ефективно та всебічне використання ресурсів і інновацій фінансування для нововведень, реформування та подальшого розвитку підприємства, а це не можливо без соціального капіталу і довіри. Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність» джерелами фінансового забезпечення цієї діяльності є: «кошти Державного бюджету України; кошти місцевих бюджетів; власні кошти спеціалізованих державних та комунальних інноваційних фінансово-кредитних установ; власні чи запозичені кошти суб'єктів інноваційної діяльності; кошти (інвестиції) будь-яких фізичних і юридичних осіб; інші джерела, не заборонені законодавством України»¹. Основним фінансовим ресурсом є кошти Державного та місцевих бюджетів і їх наповнення залежить від реалізації інноваційно-фінансового процесу.

Розглянемо показники надходжень та видатків Державних бюджетів на 2020-2024 роки (табл. 1). Надходження до державного бюджету в порівнянні з видатками і наданні кредитів повністю складають рівновагу, поступово збільшуючи щорічні показники.

Ці дані роблять позитивний прогноз, щодо економічного розвитку та соціальної стабільності держави, не зважаючи на складні умови військового часу. У 2022 році до Державного бюджету України надійшло 1787 млрд грн, із них 1091.4 млрд грн прийшлося на Державну податкову службу України, що в порівнянні з 2021 роком вище на 9.9 %.

Таблиця 1. Виконання Державного бюджету на 2020-2024 роки
Table 1. Execution of the State Budget for 2020-2024

№	Найменування показників	2020 рік		2021 рік		2022 рік		2023 рік (вересень)	
		млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%
1.	Виконання бюджету								
	За доходами (виконано)	1076016	100.84	1296852	101.22	1787395	101.49	1302393	74.98
	Уточнений річний план	1066983		1281143		1761019		1736799	
2.	За видатками (виконано)	1288016	95.03	1490258	96.5	2705423	82.86	1785887	51.81
	Уточнений річний план	1355276		1544156		3264977		3446768	

Джерело: сформоване автором за матеріалами про виконання Державного бюджету України²

¹ Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 № 40-VI, редакція від 05.12.2012 на підставі документа 4460-VI / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15/> (дата звернення: 23.09.2023).

² Міністерство фінансів України. Державний бюджет України. Державний веб-портал бюджету для громадян. <https://openbudget.gov.ua/?month=12&year=2022&budgetType=NATIONAL> (дата звернення: 23.09.2023).

Таблиця 2. Баланс бюджетів на 2022-2023 роки
Table 2. Balance of budgets for 2022-2023

Показник	Загальний фонд				Спеціальний фонд				Разом			
	2022 р., млн грн	2023 р., млн грн	Зміни, млн грн	Темп росту, %	2022 р., млн грн	2023 р., млн грн	Зміни, млн грн	Темп росту, %	2022 р., млн грн	2023 р., млн грн	Зміни, млн грн	Темп росту, %
Доходи	564432	869379	304946	154	62676	433014	370337	690	627109	1302393	675284	207
Видатки	973184	1408327	435143	144	62320	377560	315239	605	1035504	1785887	750383	172
Кредиту- вання	-2228	-5497	-3269		2116	63	-2 053		- 111	-5434	-5323	
Дефіцит / профіцит (-/+)	- 406523	- 533450	- 126927		-1760	55391	57 151		-408283	-478059	-69775	

Джерело: сформоване автором за матеріалами про виконання Державного бюджету України¹

Виконання Державного бюджету проголошує стабільність і перспективи на майбутнє, а збалансована політика держави, правильно-цільове направлення видатків дає соціальні гарантії перед суспільством, що збільшує перспективи і піднімає рівень довіри до влади і бізнесу (табл. 2).

Перед державою стають головною стратегією виконання принципів соціально-економічної складової, що є основою соціального капіталу: «єдність (єдність бюджетної системи України забезпечується єдиною правовою базою, єдиною грошовою системою, єдиним регулюванням бюджетних відносин, єдиною бюджетною класифікацією, єдністю порядку виконання бюджетів та ведення бухгалтерського обліку і звітності); збалансованість (повноваження на здійснення витрат бюджету мають відповідати обсягу надходжень бюджету на відповідний бюджетний період); самостійність (Державний бюджет України та місцеві бюджети є самостійними); повнота (до складу бюджетів підлягають включенню всі надходження бюджетів та витрати бюджетів, що здійснюються відповідно до нормативно-правових актів органів державної влади, органів місцевого самоврядування); обґрунтованість (бюджет формується на реальних макропоказниках економічного і соціального розвитку України та розрахунках надходжень бюджету і витрат бюджету, що здійснюються відповідно до затверджених методик та правил); ефективність та результативність (при складанні та виконанні бюджетів усі учасники бюджетного процесу мають прагнути досягнення цілей, запланованих на основі національної системи цінностей і завдань інноваційного розвитку економіки, шляхом забезпечення якісного надання публічних послуг при залученні мінімального об-

сягу бюджетних коштів та досягнення); субсидіарність (розподіл видів видатків між державним бюджетом та місцевими бюджетами, а також між місцевими бюджетами ґрунтується на необхідності максимально можливого наближення надання гарантованих послуг до їх безпосереднього споживача); цільове використання бюджетних коштів (бюджетні кошти використовуються тільки на цілі, визначені бюджетними призначеннями та бюджетними асигнуваннями); справедливість і неупередженість (бюджетна система України будується на засадах справедливого і неупередженого розподілу суспільного багатства між громадянами і територіальними громадами); публічність та прозорість (інформування громадськості з питань складання, розгляду, затвердження, виконання державного бюджету та місцевих бюджетів, а також контролю за виконанням державного бюджету та місцевих бюджетів)» (Державний бюджет України).

Єдність, збалансованість, самостійність, обґрунтованість, ефективність та результативність, субсидіарність, цільове використання, справедливість та неупередженість, публічність та прозорість є принципи соціального капіталу, який базується на основі довіри та взаємодії. Нажаль, сьогодні держава і бізнес не завжди може виконати і відзвітувати перед суспільством по усім пунктам.

Слабий розвиток соціального капіталу нашої держави полягає в неефективності просування та виконання реформування в соціально-економічній сфері, як одні із найскладніших перешкод «на шляху до цивілізованого демократичного європейського суспільства та високо-розвинутої соціально орієнтованої економіки» (Грішнова, 2009). Соціальний капітал впливає на результативність фінансо-

¹ Міністерство фінансів України. Державний бюджет України. Державний веб-портал бюджету для громадян. <https://openbudget.gov.ua/?month=12&year=2022&budgetType=NATIONAL> (дата звернення: 23.09.2023).

вого сектору держави, тому що базисом концепції є людина, його принципи і ідеї, і людський кінцевий продукт використовується на скликання і процвітання.

«Важливу роль в системі фінансового забезпечення відіграють фінансові важелі впливу, які можуть мати як пряму (зокрема вкладення в розвиток державного сектора економіки), так і непряму (за рахунок податкової політики) дію. Фінансові важелі є сукупністю бюджетних, податкових, кредитно-грошових важелів, які є засобами реалізації фінансової політики держави та впливу уряду країни на господарські процеси з метою активізації її економічного розвитку» (Дибя, 2013). Фінансова стимуляція інноваційних проектів теж має свої направлення та специфіки: запропонування безвідсотковий бюджетний кредит, податкові пільги, фінансова відсоткова компенсація комерційних структур і банків за рахунок бюджету, державні гарантії банківським структурам, фінансування та податкові відстрочки і канікули, тощо. Ефективність результатів інноваційної діяльності та цільове використання фінансових ресурсів на інноваційні процеси залежать від спрямованості, спланованості і чіткого розуміння необхідності та перспективності.

«До важелів, які б сприяли в залученні наявних фінансових інструментів для поповнення інноваційного капіталу, відносять:

- розвиток ринку цінних паперів інноваційних підприємств;
- стимулювання венчурного капіталу, франчайзингу;
- залучення іноземних інвестицій в інноваційну сферу;
- поліпшення режимів оподаткування та регулювання діяльності інноваційних підприємств;
- створення інноваційних кредитних ліній;
- створення механізмів гарантування та страхування інноваційних проектів; розвиток небанківських механізмів непрямого інвестування;
- розвиток лізингу та оренди державного майна;
- забезпечення механізмів взаємо-кредитування та кооперації інноваційних підприємств.

Таким чином, фінансове забезпечення інноваційної діяльності передбачає реалізацію заходів із залучення необхідного обсягу фінансових ресурсів для фінансування нововведень підприємства» (Дибя, 2013).

Принципи концепції соціального капіталу направляють стратегії відбудови основ системи розвитку українського суспільства, на основі довірливих взаємодій і співпраці, де

відзначені чіткі задачі, методи і правила кожного партнера та реалізації планів. Соціальний капітал розширює свої можливості, але основа залишається на рівні окремого підприємства, фірми або галузі на рівень взаємодії «людина-бізнес-держави».

«Для ефективної роботи підприємства велике значення має рівень його розвитку. Розвиток як економічну категорію розглядали багато вчених. У загальному вигляді поняття «розвиток» можна визначити як зміну процесу або явища від простішого до складнішого. Розвиток підприємства визначається способом його функціонування, зорієнтованим на досягнення взаємодії між ресурсами, технологіями і управлінням із зовнішнім середовищем, з метою забезпечення виробництва високоякісної продукції, досягнення високої продуктивності праці на основі кращого використання елементів природи та навколишнього середовища» (Воронков, 2009). Все пов'язане між собою і основні концепції нового бачення процвітання висвітлені в Стратегії сталого розвитку України 2030, де чітко прописаний курс соціально-економічного розвитку країни.

«Розвиток і підвищення ефективності виробництва досягається працею людей та їх соціально-економічною активністю. З розвитком науково-технічного прогресу змінюється якісний та кількісний склад ресурсного потенціалу підприємства» (Рудьєв, 2011).

Підприємство може розвиватися основними екстенсивним або інтенсивним методами, але давайте розглянемо більш широкі можливості інноваційної діяльності підприємства (рис. 1).

Екстенсивний метод розвитку підприємства передбачає стандартні шляхи рішень та зосереджується на залученні та використанні додаткового потенціалу: збільшення обсягу продукції, збільшення реалізації та розширення можливостей збуту, залучення робочої сили та предметів праці, поширення об'єктів виробничої сфери, тощо. Інтенсивний метод розвитку підприємства виділяється інноваційним характером, який проявляється в провадженні новітніх техно-інноваційних просуваннях: оновлення якості та ефективності засобів та технологій праці, розширення можливостей збуту продукції за рахунок інтернет-мобільних технологій, тощо.

В науковій сфері почали обговорюватися нові шляхи діяльності підприємства, які більш відповідали сучасним тенденціям. І це інноваційний шлях, як окрема концепція, але, на нашу думку, інновація є широким доповненням до інтенсивного шляху розвитку підприємства. Сучасні науковці полягають, що економіко-фінансовий розвиток підприємства нерозривно пов'язаний з накопиченням соціального капіталу.



Рис. 1. Економіка інноваційного типу.
Rice. 1. Economy of innovative type.

Стрімкий інноваційний шлях та ефективність інновацій і є формуючим процесом сучасної української економіки. Важливим компонентом активізації та ефективності інноваційної діяльності з високим рівнем фінансового забезпечення є мотивація розвитку підприємства: зростання доходів, зайнятість населення і впевненість у майбутньому, всебічна освіта та знання, високотехнологічне виробництво та розвиток технологій і науковий прогрес, медицина та охорона здоров'я, що об'єднує основи стану розвитку соціального капіталу. Саме реалізація соціально-еко-

номічної політики держави всіх сфер діяльності (економічна, соціальна, екологічна, демографічна, культурна, політична) через інноваційний процес – новий прогресивний розвиваючий тип цивілізації, тому принципи і методи вимагають нових підходів усвідомлення, розуміння та довіри. Соціальний капітал – інноваційне ядро суспільства, що поєднує соціально-економічний напрям, інтелектуально-гуманітарний потенціал, морально-етичні основи та нормативно-правові норми української нації.

Таблиця 3. Сучасні зарубіжні науковці про ефективність соціального капіталу у фінансово-економічній сфері.

Table 3. Modern foreign scientists on the effectiveness of social capital in the financial and economic sphere.

№	Автори	Вислови
1	2	3
1	Wan Jiang, Hongyu Zhang, Joanna Nakonieczny, Fouad Jamaani	Фінансова грамотність, толерантність до фінансового ризику, підприємницька компетентність і соціальний капітал позитивно впливають на докус контролю та фінансовий інтелект підприємця. Фінансова грамотність озброює підприємців необхідними навичками та знаннями для ефективного управління фінансами, визначення потенційних фінансових ризиків та підвищення прибутковості. Толерантність до фінансового ризику дозволяє підприємцям краще розуміти фінансові ринки та приймати обґрунтовані фінансові рішення. Підприємницька компетентність веде до обґрунтованого прийняття фінансових рішень і контролю фінансових результатів. Соціальний капітал надає цінні ресурси, інформацію та підтримку для вдосконалення навичок прийняття фінансових рішень. (Jiang, Zhang, Nakonieczny, & Jamaani, 2023)

Продовження таблиці 3 / Continuation of Table 3

1	2	3
2	Bruce Ian Carlin, Florin Dorobantu, S. Viswanathan	Коли соціальний капітал є цінним, регулювання та довіра є заміниками. У цьому випадку регулювання може спричинити зниження сукупних інвестицій і зниження економічного зростання. Коли соціальний капітал є менш цінним, регулювання та довірливість можуть бути доповненнями. У статті ми аналізуємо оптимальний рівень регулювання та висвітлюємо нові прогнози моделі. (Carlin, Dorobantu, & Viswanathan 2009)
3	Atul Gupta, Kartik Raman, Shang Chenguang	Соціальний капітал служить механізмом соціального моніторингу та може підвищувати цінність для фірм, які сприймаються як такі, що мають більше агентські проблеми та стикаються зі слабким моніторингом ринку продукції. (Gupta, Raman, & Chenguang, 2018)
4	Siu Kai Choy, Iva Koci, Mingzhu Wang	Взаємні фонди, якими керують країни з високим соціальним капіталом, схильні до створення стійких портфелів, тобто до використання кращих практик КСВ. Ми стверджуємо, що соціальний капітал, який фіксує альтруїстичні нахили, сприяє розвитку соціальних переваг співпраці та альтруїстичної поведінки. Отже, інвесторів у країнах з високим рівнем соціального капіталу слід заохочувати вкладати свої заощадження у фонди, які діють відповідно до їхніх етичних переконань. Викликаний таким чином попит інвесторів і неявний соціальний контроль спонукають менеджерів фондів узгоджувати інвестиції з уподобаннями клієнтів. (Choy, Koci, & Wang, 2023)
5	Guiso, Luigi, Paola Sapienza, Luigi Zingales	У регіонах із високим рівнем соціального капіталу домогосподарства частіше користуються чеками, інвестують менше готівки та більше в акції, мають ширший доступ до інституційного кредиту та менше використовують неофіційний кредит. Ефект соціального капіталу є сильнішим там, де правозастосування слабше та серед менш освічених людей. (Guiso, Sapienza, & Zingales, 2004)
6	Fuentes-Fuentes.	Дослідження показали позитивний зв'язок між соціальним капіталом і підприємством, причому соціальний капітал допомагає розвивати підприємницьку мотивацію, виявляти бізнес-можливості доступ до підприємницьких ресурсів. Соціальний капітал вважається ресурсом, вбудованим у соціальні відносини. (Fuentes-Fuentes. 2015)
7	Karl V. Lins Henri Servaes Ane Tamayo	Довіра між фірмою та її зацікавленими сторонами та інвесторами, створена завдяки інвестиціям у соціальний капітал, окупається, коли загальний рівень довіри до корпорацій і ринків зазнає негативного шоку. (Lins, Servaes, & Tamayo, 2016)
8	Kinnan, Cynthia, and Robert Townsend. 2012	Соціальний капітал вважається одним із найважливіших факторів, що впливає на економічну діяльність домогосподарств, оскільки він може розподіляти ризики, згладжувати споживання, сприяти зайнятості та зменшувати нерівність у доходах. Домогосподарства, які підключені до банків, досягають значно кращого згладжування споживання, ніж домогосподарства, які не підключені; опосередковані зв'язки через запозичення між домогосподарствами настільки ж ефективні, як і прямі запозичення. (Kinnan, & Townsend, 2012)
9	Guiso, Luigi, Paola Sapienza, Luigi Zingales	Високий рівень соціального капіталу породжує більше довіри між окремими особами, а отже, сприяє участі людей у фінансових операціях. (Guiso, Sapienza, & Zingales, 2004)
10	Фукуяма Ф.	Культура та соціальні звичаї є важливими рушійними силами економічного зростання або недостатньої ефективності ринків. (Фукуяма, 1995)

Джерело: створено автором за результатами аналізу наукової літератури

«Соціальний капітал це сучасне суспільне благо, користь товариськості, яке розвивається та створюється людиною для досягнення та прагнення власних пріоритетів та вигод, при соціальній взаємодії суспільства між собою, включаючи добру солідарність між людьми чи групами, полягаючи на спільні соціальні структури. З однієї сторони, соціальний капітал на основі довіри, взаємоповаги та взаємодії з урахуванням загальних інтересів є гарантом порядку в суспільстві та економіці, беручи роль держави і вносячи

вклад в економічний розвиток, горизонтальним зв'язками, та з іншої сторони, формування та накопичення соціального капіталу несе ефективність державного управління та інституцій, тим самим впливаючи на економічні важелі з вертикальними зв'язками» (Рябініна, 2022).

Висновок. Розвиток соціального капіталу та постійний інноваційний прогрес є основою державної економічної стратегії, які спрямовані на ефективність та раціональність прийняття рішень. Інноваційний процес сучас-

ності, виробництво матеріальних і нематеріальних благ, дає старт до успіху на світовому рівні, що веде до підняття рівня життя людей та зростання економічного добробуту та соціального благополуччя. Сьогодні необхідна соціально-економічна спрямована модернізація, починаючи з малого підприємства і закінчуючи глобальним бізнесом, яка збалансує

основи державної економічної політики, гарантує системи соціального забезпечення населення та впровадить виробничо-технологічні бази економіки. Реформування та запровадження ефективних важелів і практична реалізація інноваційного розвитку забезпечить інтегральний розвиток соціального капіталу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Стежко Н. Роль соціального капіталу в забезпеченні інноваційного розвитку. *Економіка. Схід*. 2010. № 1 (101), січень-лютий 2010 р. С. 47-51. <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/21998/10-Stezhko.pdf> (дата звернення 25.09.2023)
2. Возняк Г. В., Кузнецова А. Я. Інноваційна діяльність промислових підприємств та способи її фінансування в Україні : монографія. К. : УБС НБУ, 2007. 183 с.
3. Єпіфанова І. Ю. Управління інноваційною діяльністю промислових підприємств: теоретико-методологічні аспекти фінансового забезпечення: монографія. Вінниця : ВНТУ, 2019. 384 с.
4. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 № 40-VI, редакція від 05.12.2012 на підставі документа 4460-VI/ Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15/> (дата звернення 25.09.2023).
5. Міністерство фінансів України. Державний бюджет України. Державний веб-портал бюджету для громадян. <https://openbudget.gov.ua/?month=12&year=2022&budgetType=NATIONAL> (дата звернення 25.09.2023).
6. Грішнова О. А. Соціальний капітал як результат і чинник сталого людського розвитку / зб. доп. міжн. наук.-практ. конф. / Ін-т економіки пром-ті НАН України ; Редкол.: О. Ф. Новікова (відп. ред.) та ін. 2009. С. 49-57.
7. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку України : монографія. За ред. М. І. Дибі, О. М. Юркевич. К. : КНЕУ, 2013. 425 с.
8. Воронков Д. К., Погорелов Ю. С. Розвиток підприємства : управління змінами та інновації : монографія. Х. : Адва, 2009. 436 с.
9. Рудьєв В. А., Гуткевич С. О. Менеджмент : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2011. 312 с.
10. Jiang W., Zhang H., Nakonieczny J., & Jamaani F. Social capital, financial intelligence, and entrepreneurial financial performance: evidence from the post-pandemic challenges. *Venture Capital. An International Journal of Entrepreneurial Finance*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.1080/13691066.2023.2238901>
11. Carlin B. I., Dorobantu F., Viswanathan S. Public trust, the law, and financial investment. *Journal of Financial Economics*. 2009. Vol. 92, Issue 3, June. Pp. 321-341. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2008.07.001>
12. Gupta A., Raman K., Chenguang Sh. Social capital and the cost of equity. *Journal of Banking & Finance*. 2018. Vol. 87, February 2018. Pp. 102-117. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2017.10.002>
13. Choy S. K., Koci I., Wang M. Does social capital foster sustainable investment? *European Financial Management*. 2023. Vol. 29, Issue 3. Pp. 799-840. DOI: <https://doi.org/10.1111/eufm.12376>
14. Guiso L., Sapienza P., Zingales L. The Role of Social Capital in Financial Development. *American Economic Review*. 2004. Vol.94 (3). Pp. 526-556. DOI: <https://doi.org/10.1257/0002828041464498>
15. Fuentes-Fuentes M. D. M., Bojica A. M., Ruiz-Arroyo M. Entrepreneurial orientation and knowledge acquisition: effects on performance in the specific context of women-owned firms. *Int. Entrep. Manag. J.* 2015. Vol. 11. Pp. 695-717. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11365-014-0336-1>
16. Lins K. V., Servaes H., Tamayo A. Social Capital, Trust, and Firm Performance: The Value of Corporate Social Responsibility during the Financial Crisis. *The Journal of Finance*. 2016. Vol. 72(4). DOI: <https://doi.org/10.1111/jofi.12505>
17. Kinnan C., Townsend R. Kinship and Financial Networks, Formal Financial Access, and Risk Reduction. *American Economic Review*. 2012. Vol. 102 (3). Pp. 289-93. DOI: <https://doi.org/10.1257/aer.102.3.289>
18. Guiso L., Sapienza P., Zingales L. The Role of Social Capital in Financial Development. *American Economic Review*. 2004. Vol. 94 (3). Pp. 526-556. DOI: <https://doi.org/10.1257/0002828041464498>
19. Фукуяма Ф. Довіра: соціальні чесноти та створення процвітання. Вільна преса, 1995.
20. Рябініна Н. О. Соціальний капітал як джерело індивідуально-колективної економічної стійкості. *Соціальна економіка*. 2022. № 64. С. 13-22. DOI: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2022-64-02>

Стаття надійшла до редакції 26.09.2023 р.

Стаття рекомендована до друку 09.11.2023 р.

Natalia Riabinina, PhD Student, State Tax University, 31, Universitetskaya Str., Irpin, 08201, Ukraine
riabininano@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-8378-4485>

INFLUENCE OF SOCIAL CAPITAL IN THE FINANCIAL SUPPORT OF INNOVATION ACTIVITY OF ENTERPRISES

Abstract. The present dictates to the Ukrainian society the latest approaches to solving the issue of socio-economic direction: the solution of economic problems provides an opportunity for the implementation of the social fulfillment of the state's obligations to the population. A significant

burden on the implementation of budget policy is borne by the financial sector of the economy, where the main role is assumed by a new economic concept – social capital, which determines and corrects the main role of a person. Society is responsible to the state, in turn, it requires full fulfillment of the state's obligations to society. This chain of interconnection and interaction "person-business-state" is based on trust and mutual understanding, which is the driver of progress and innovation in all spheres of activity of the state and the Ukrainian people. Social capital has its own tendencies of development and influence on the financial provision and resource of innovation activity of enterprises, which can be identified as a unity of economic interactions and relations that are formed for the effective and comprehensive use of all possible sources of financial savings and resources and obtaining the maximum effect and further growth of efficiency and innovation. It is the management of an enterprise aimed at development and innovation activities aimed at an effective increase in production and economic activity, which affects the socio-economic balance between business and society under the strict control of the state. The development of the theoretical basis of innovations in the enterprise and its practical application in the future can contribute to the development of the financial sector of the state, which is extremely necessary and relevant in the conditions of crisis and war. The development of social capital introduces a new strategy and path of innovation into the system of economic relations, which is aimed at overcoming the crisis and prospects for the future development of the country.

Keywords: **Social Capital, Financial Security, Trust, Socio-Economic Development, Welfare, Innovation, Consolidation and Unity of Society, Budget Policy.**

JEL Classification: M15; A14; O35; D71.

REFERENCES

1. Stezhko, N. (2010). The role of social capital in ensuring innovative development. *Economics. Vostok*, 1(101), 47-51. Retrieved from <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/21998/10-Stezhko.pdf> (in Ukrainian)
2. Wozniak, G. V., & Kuznetsova, A. Y. (2007). *Innovative Activity of Industrial Enterprises and Ways of Its Financing in Ukraine*. Monograph. KYIV: UBS NBU. (in Ukrainian)
3. Epifanova, I. Y. (2019). *Management of Innovation Activity of Industrial Enterprises: Theoretical and Methodological Aspects of Financial Support*. Vinnytsia: VNTU. (in Ukrainian)
4. Verkhovna Rada of Ukraine. (2002). *On Innovation*. Law of Ukraine dated 04.07.2002 No. 40–VI, revision dated 05.12.2012 on the basis of document 4460–VI. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15/> (in Ukrainian)
5. Ministry of Finance of Ukraine. (2022). State Budget of Ukraine. State web portal of the budget for citizens. Retrieved from <https://openbudget.gov.ua/?month=12&year=2022&budgetType=NATIONAL> (in Ukrainian).
6. Grishnova, O. A. (2009). Social Capital as a Result and a Factor of Sustainable Human Development. Additional. Intl. Sci.- Pract. conf. (pp. 49-57). (in Ukrainian)
7. Dyby M. I., & Yurkevych O. M. (Eds.). (2013). *Financial support for innovative development of Ukraine*. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
8. Voronkov, D. K., & Pogorelov, Y. S. (2009). *Enterprise Development: Change Management and Innovations*: Monograph. Kh.: AdvA. (in Ukrainian)
9. Ruliev, V. A., & Gutkevich, S. O. (2011). *Management: Tutorial. Helps*. Kyiv: Center for Educational Literature, 2011. – 312 p.(in Ukrainian).
10. Jiang, W., Zhang, H., Nakonieczny, J., & Jamaani, F. (2023). Social capital, financial intelligence, and entrepreneurial financial performance: evidence from the post-pandemic challenges. *Venture Capital. An International Journal of Entrepreneurial Finance*. doi: <https://doi.org/10.1080/13691066.2023.2238901>
11. Carlin, B. I., Dorobantu, F., & Viswanathan, S. (2008). Public trust, the law, and financial investment. *Journal of Financial Economics*, 92(3), 321-341. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2008.07.001>
12. Gupta, A., Raman, K., & Chenguang, Sh. (2018). Social capital and the cost of equity. *Journal of Banking & Finance*, 87, 102-117. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2017.10.002>
13. Choy, S. K., Koci, I., & Wang, M. (2023). Does social capital foster sustainable investment? *European Financial Management*, 29(3), 799-840. doi: <https://doi.org/10.1111/eufm.12376>
14. Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2004). The Role of Social Capital in Financial Development. *American Economic Review*, 94 (3), 526-556. doi: <https://doi.org/10.1257/0002828041464498>
15. Fuentes-Fuentes, M. D. M., Bojica, A. M., & Ruiz-Arroyo, M. (2015). Entrepreneurial orientation and knowledge acquisition: effects on performance in the specific context of women-owned firms. *Int. Entrep. Manag. J.*, 11, 695–717. doi: <https://doi.org/10.1007/s11365-014-0336-1>
16. Lins, K. V., Servaes, H., Tamayo, A. (2016). Social Capital, Trust, and Firm Performance: The Value of Corporate Social Responsibility during the Financial Crisis. *The Journal of Finance*, 72(4). doi: <https://doi.org/10.1111/jofi.12505>
17. Kinnan, C., & Townsend, R. (2012). Kinship and Financial Networks, Formal Financial Access, and Risk Reduction. *American Economic Review*, 102 (3), 289-93. doi: <https://doi.org/10.1257/aer.102.3.289>
18. Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2004). The Role of Social Capital in Financial Development. *American Economic Review*, 94 (3), 526-556. doi: <https://doi.org/10.1257/0002828041464498>
19. Fukuyama, F. (1995). *Trust: Social Virtues and the Creation of Prosperity*. Free Press. (in Ukrainian)
20. Riabinina, N. O. (2022). Social Capital as a Source of Individual and Collective Economic Stability. *Social Economics*, 64, 13-22. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2022-64-02> (in Ukrainian)

The article was received by the editors 26.09.2023.

The article is recommended for printing 09.11.2023.

<https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-03>
УДК 004.8:[17.021.4:[177.72:502]

Ія Борисівна Чудаєва*

доктор економічних наук, професор
fem_sura@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-7759-2372>

Борис Пахомович Дмитрук*

кандидат економічних наук, професор
fem_sura@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-6179-9923>

* Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова,
вул. Нечуя-Левицького, 16, Черкаси, 18028, Україна

**ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ:
БЛАГО ЦИВІЛІЗАЦІЇ ЧИ ЗАГРОЗА ЛЮДСТВУ?**

Автори статті аналізують причини швидкого розвитку і впровадження досягнень штучного інтелекту, який відкриває великі можливості для вирішення проблем в багатьох галузях виробництва, є надійними помічниками людей у повсякденному житті. Аналізують різні підходи до визначення «штучний інтелект», можливі загрози людству від його впровадження, акцентують увагу на необхідності підвищення відповідальності розробників програм, алгоритмів, систем та посилення контролю за роботою користувачів обладнання і пристроїв з елементами штучного інтелекту. Люди планети давно залежать від технічних винаходів і пристроїв. Досягнення штучного інтелекту створюють людям зручності і комфортні умови. Створення інтелектуальних машин – важливий напрям розвитку науково-технічного прогресу. Технології штучного інтелекту сприяють вирішенню багатьох задач, які відносяться до різних сфер життєдіяльності, в т.ч. і економіки. Штучний інтелект сьогодні – світовий тренд розвитку технологій, розробок інновацій. Прогрес у обчислювальних потужностях, можливість збирати та обробляти величезні масиви інформації, а також миттєвий доступ до новітніх алгоритмів – важлива передумова еволюції інтелектуальних технологій. Розробка складних комп'ютерів і роботів створює для людей планети ризику. Без застосування системи штучного інтелекту розвиток науково-технічного прогресу неможливий. Тому розробку інтелектуальних машин і пристроїв необхідно продовжувати, але з урахуванням застережень світовий авторитетів, які попереджають про існуючу загрозу людству.

Ключові слова: **штучний інтелект, досягнення цивілізації, загроза людству, посилення контролю за роботою машин.**

JEL Classification: O30; O32; O33.

Як цитувати: Чудаєва, І. Б., & Дмитрук, Б. П. (2023). Штучний інтелект як об'єкт управління: благо цивілізації чи загроза людству? *Соціальна економіка*, 66, 23-31. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-03>

In cites: Chudayeva, I., & Dmitruk, B. (2023). Artificial intelligence as an object of management: a benefit for civilisation or a threat to mankind? *Social Economics*, 66, 23-31. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-03> (In Ukrainian)

Вступ. Штучний інтелект стрімко входить у повсякденне життя людей планети. Це величезне досягнення науки, потужний потенціал недалекого майбутнього і, одночасно, небезпека для цивілізації, – найбільш дискусійна тема багатьох конференцій, симпозіумів і звичайних людей.

На думку А. С. Савченка і О. О. Синельникова (2017), в своєму розвитку штучний інтелект повинен пройти три рівні або три етапи, зазначені на рис. 1.

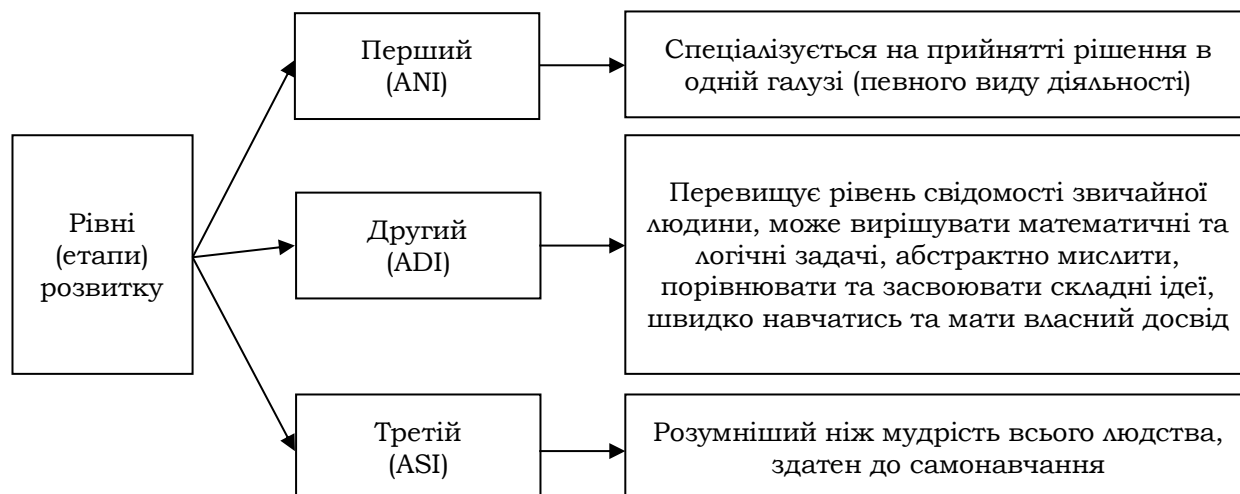


Рис. 1. Етапи розвитку штучного інтелекту
Figure 1. Stages of artificial intelligence development

Джерело: розроблено авторами на підставі (Савченко & Синельников, 2017)

У 2011-2012 роках відбувся технічний стрибок і штучний інтелект досяг другого рівня. Зійшлися два фактори: по-перше, були сконструйовані глибокі нейронні мережі. По-друге, з'явилися технічні засоби, які дозволяють здійснювати швидкі обчислення і вирішувати складні задачі¹.

Сьогодні багато людей світу користуються послугами штучного інтелекту: навігатор, який прокладає маршрут автомобілів, шукає найкоротший шлях об'їзду заторів; авіопілоти, що керують літаками під час польотів і їх посадкою; автоматична перевірка грамотності при наборі тексту; програма-перекладач, яка дозволяє перекласти текст на рідну мову тощо. Машини виконують такі види робіт і послуг, які у недалекому минулому виконували лише кваліфіковані спеціалісти. В Японії на прилавках магазинів з'явилися розумні годинники, які можуть не лише розбудити власника у потрібний час, але і контролювати його графік протягом усього дня, нагадуючи людським голосом про ділові зустрічі, побачення, наради і фуршети.

В Китаї мільйони розумних камер, встановлених в мегаполісах, спостерігають за поведінкою кожного громадянина, ідентифікують його і складають певний поведінковий портрет.

Сьогодні розробники у сфері штучного інтелекту – головна точка прикладання зусиль вчених країн світу: від медицини до банківської справи, від культури до оборони.

В останні роки у світі спостерігається тенденція: галузі, в яких розвивається і застосовується штучний інтелект є найперспективнішими. В багатьох країнах світу штучний інтелект розвиватиметься швидкими

темпами, проте машини і пристрої з такими властивостями мають багато недоліків:

1. Вони важко сприймають людську мову.
2. Недостатньо розуміють зміст окремих слів.
3. Машинам необхідне більш глибоке розуміння логічних зв'язків, людської емпатії і поведінки співрозмовника.
4. Природна розмова людини з роботом і їх взаєморозуміння залишається поки що далекою перспективою.

Письменник-фантаст С. Лук'яненко переконаний в тому, що «... люди поки далекі від створення дійсно розумних комп'ютерів. Те, що ми називаємо штучним інтелектом, це лише система алгоритмів, яка тою чи іншою мірою може виконувати певну роботу. Як навчити комп'ютер думати по-справжньому, ми поки що не знаємо» (Колпакова, 2021).

Штучний інтелект уміє шукати інформацію навіть без конкретних вказівок, орієнтується в своєму оточенні, сортує, зважує і робить свідомий вибір. Таким чином, штучний інтелект корисний і необхідний в усіх сферах суспільного життя людей планети, може пристосовуватися до різних ситуацій, «узагальнювати» власний досвід, «вчитися» на певних подіях і потім використовувати здобуті знання в подібних ситуаціях. Тобто, штучний інтелект працює за принципом людського мозку.

Останніми роками в моду входять чат-боти, вони вміють спілкуватися, в тому числі і голосом. Але досить людині обмінятися з ним кількома реченнями і стає зрозумілим, наскільки вони поки що недосконалі. Робота по їх вдосконаленню триває.

Мета статті – узагальнити існуючі підходи

¹ Системи масового відеоспостереження в мегаполісах: за і проти. URL: <https://tvtdigital.com.ua/systemy-masovoho-videosposterezhennia-v-mehapolisakh-za-i-proti/> (дата звернення: 20.09.2023).

вчених до можливих наслідків від впровадження досягнень штучного інтелекту у виробничу і соціальну сфери та проблеми потенційної небезпеки. Перед науковцями стояли наступні завдання: оцінка ставлення суспільства до стрімкого поширення штучного інтелекту в різних сферах; ідентифікація можливих негативних наслідків та загроз подальшого активного використання та розвитку штучного інтелекту.

Об'єктом дослідження є сукупність економічних відносин, що формується внаслідок науково-технічного прогресу на стадії розробки, апробації та використання наукових розробок різного спрямування. Предметом дослідження є штучний інтелект.

Огляд літератури. Розвитку теорії та практики штучного інтелекту і можливим загрозам людству присвячені праці А. Савченка та О. Синельникова (2017), І. Колпакової (2021), А. Тьюрінга (Turing, 1950), В. Кузьомка та І. Репнікової (2017), В. Касатонова (2020), О. Бусол (2015) та багатьох інших.

Особливої уваги заслуговують наукові праці, що висвітлюють можливості та досвід застосування штучного інтелекту в економічній сфері: для маркетингових цілей, в управлінських системах тощо. М. Хілб (Hilb, 2020) розглядає можливості застосування штучного інтелекту в корпоративному управлінні та оцінює можливі наслідки управління штучним інтелектом та управління із застосуванням штучного інтелекту. Заслуговує на увагу його висновок щодо необхідності проактивної участі членів правління у формуванні майбутнього «штучного управління» (artificial governance). Г. Янг, Г. Джі та К. Х. Тан (Yang, Ji, & Tan, 2022) навели приклад застосування штучного інтелекту для вирішення проблеми повернень в роздрібній торгівлі через мережу Інтернет. С. Фоссо Вамба, М. М. Кейрос та А. Браганса (Fosso Wamba, Queiroz, & Braganza, 2022) в передмові до спецвипуску про штучний інтелект вказали на те, що сфера операційного менеджменту готова до успішного запровадження штучного інтелекту у різних галузях: транспорті, ланцюгах постачання, логістиці тощо. А. Де Мауро, А. Сестіно та А. Бакконі (De Mauro, Sestino, & Vassoni, 2022) побудували таксономію маркетингових практик із використання штучного інтелекту та машинного навчання. Г. Даміолі, В. Ван Рой та Д. Вертесі (Damioli, Van Roy, & Vertesy, 2021) обґрунтували наявність позитивного зв'язку між впровадженням штучного інтелекту та зростанням продуктивності переважно у секторі малих та середніх підприємств, а також у сфері послуг, які характеризуються гнучкістю у запровадженні новачій у виробничий процес. Н. Цолакис, Р. Шумахер, М. Дора та ін. (Tsolakis, Schumacher, Dora, et al., 2023) доводять до-

цільність застосування штучного інтелекту для оптимізації ланцюгів поставок шляхом побудови моделі на базі емпіричних даних. А.К.Х. Рівер, М.Ц.М. Лі та І.В.Т. Нгай (Lui, Lee, & Ngai, 2022) отримали цікавим висновок на основі емпіричних даних: оголошення про інвестиції компанії у штучний інтелект негативно оцінюються інвесторами, а вартість компанії внаслідок таких нових падає.

Зважаючи на численні здобутки вітчизняних, зарубіжних вчених і практиків, позитивні результати від впровадження штучного інтелекту в багатьох галузях, він становить реальні загрози людям планети. Це обумовлює необхідність подальшого дослідження цього надзвичайно важливого напрямку науково-технічного прогресу.

Методологія дослідження. Системи штучного інтелекту розробляються з використанням різних методів науки про дані, методів і прийомів з інформатики, комунікації, менеджменту та соціології. Це машинні системи, які навчаються на основі даних і використовують моделі, щоб робити прогнози чи рекомендації або впливати на прийняття рішень, і реалізуються у вигляді алгоритмів. Алгоритм – це визначений, повторюваний процес і результат, заснований на даних, процесах і припущеннях. Алгоритми розробляються за допомогою різних методів комп'ютерних наук, таких як обробка природної мови, машинне навчання, глибоке навчання та штучні нейронні мережі. Обробка природної мови стосується маніпулювання людською мовою. Машинне навчання використовує різні контрольовані і неконтрольовані методи для виявлення і моделювання закономірностей і взаємозв'язків у даних, що дозволяє алгоритму робити прогнози. Глибоке навчання використовує підходи машинного навчання для автоматичного вивчення та вилучення особливостей зі складних, неперевіренних даних без втручання людини. Штучні нейронні мережі – це моделі, навчені на даних робити прогнози. Ступінь участі людини у прийнятті рішень варіюється залежно від типу, мети і способу інтеграції алгоритмів з іншими системами або процесами. Наприклад, роботи або інші штучні агенти виконують складну серію дій без необхідності контролю або керівництва з боку людини. Автономність прийняття рішень цими штучними агентами змушує переглянути питання цивільної та кримінальної відповідальності, захисту даних і безпеки, а також піднімає етичні питання про те, як приймаються моральні рішення, коли людина не бере в них участі.

Основні результати. Термін «штучний інтелект» вперше був використаний на семінарі в Стенфордському університеті у 1956 році, хоча об'єктом дослідницької сфери є з 1940-х років. У сучасному розумінні дос-

лідження штучного інтелекту проводились майже відразу після появи перших комп'ютерів. З кінця 50-х років дослідники штучного інтелекту намагаються розробити машини, що імітують роботу мозку.

Найновіша сучасна програма діалогу, в якій можна було спілкуватися людині з машиною природною мовою розроблена у 1995 році¹. Але вона провалила тест А. Г. Тюрінга, який сьогодні використовується для визначення рівня штучного інтелекту (Turing, 1950). Суть його полягає в тому, що експерт оцінює розмову людини і машини на будь-яку тему. При цьому він заздалегідь не знає, хто із цих двох – комп'ютерна програма, а хто – людина. І коли експерт вагається з відповіддю, хто є хто, тест вважається пройденим.

За словами технічного директора Google, відомого футуролога Рея Курцвейла, до 2029 року з'являться машини, які зможуть пройти тест Тюрінга, а до 2040-х років штучний інтелект буде значно перевершувати людський². З'являться машини, які володітимуть самосвідомістю. Самосвідомість – розуміння своєї суті, своїх особистостей, своєї ролі в житті, в суспільстві (Загнітко & Щукіна, 2008). Людина з нормальною психікою усвідомлює себе як особистість, вона може мати почуття і відчувати емоції, наприклад засмучуватися або радіти, здатна реагувати на подразники, відчувати біль, тепло або холод... Все це відбувається завдяки реакціям людського мозку.

А коли мова йде про машинний мозок? Так як електроніка теж здатна «думати», то колись вона стане усвідомлювати своє «я». У такому випадку з часом високотехнологічні пристрої, з юридичної точки зору, можуть бути прирівняні до людей, вважає професор математики з Оксфордського університету Маркус д'ю Сотой³.

Коли комп'ютери досягнуть здатності усвідомлювати себе як особистість, вони будуть розуміти, що їм завдають шкоду: не провели своєчасну чистку, стукають кулаком по корпусу у випадку «зависання», перевантажують процесор або пам'ять тощо.

Якщо існує поняття «жорстоке поводження з тваринами», то чому б не ввести поняття «жорстоке поводження з комп'ютерами»? При цьому, штучний інтелект буде набагато розумнішим будь-якої тварини і електронній системі необхідно буде надавати можливість захищати свої права. Сьогодні ніхто не може сказати, як роботи віднесуться до правил, які запропонують їм люди. Мож-

ливо вони захочуть жити за своїми власними законами.

В комп'ютерах останнього покоління використовуються структури, що імітують нейронну активність головного мозку. Таким чином, процес сканування здатен виявити наявність свідомості. Якщо комп'ютерний мозок буде реагувати так, як мозок людини – це свідчитиме, що в нього є свідомість.

Не дивлячись на багаторічні дослідження штучного інтелекту і величезні досягнення багатьох країн світу, сьогодні відсутнє чітке визначення цього терміну (табл. 1).

Штучний інтелект може суттєво впливати на світову економіку, може забезпечити додатковий світовий приріст ВВП на 15,7 трильйонів доларів США або на 14% до 2030 р. Лідером змагання у сфері штучного інтелекту експерти є Китай. Ця країна за рахунок штучного інтелекту зможе додатково збільшити ВВП в розмірі 7 трильйонів доларів США (близько 45% всього приросту ВВП до 2030 року). Приріст ВВП за рахунок штучного інтелекту по інших регіонах очікується (у трильйонах доларів США): Північна Америка – 3,7; Північна Європа – 1,8; Південна Європа – 0,7; Африка і Океанія – 1,2; Азія (без Китаю) – 0,9; Латинська Америка – 0,5 (Касатонов, 2020).

На розвиток штучного інтелекту у період 2017-2030 років у Китаї запланували витрати у розмірі 150 мільярдів доларів США. Лідерство Китаю у розробці штучного інтелекту визнають і експерти McKinsey Global Institute. За їх оцінками, впровадження штучного інтелекту забезпечить додатковий приріст ВВП Китаю в розмірі від 0,8 до 1,4 відсоткових пунктів (Касатонов, 2020). Не дивлячись на те, що вірусно-економічна криза перекреслила попередні оцінки, Китай не збирається змінювати пріоритети. У Пекіні підтвердили, що інвестиції в штучний інтелект зберуться на попередньому рівні.

Штучний інтелект, як зрозуміло із назви, несправжній. У нього немає серця, душі, відсутні почуття, совість. Для людей, які приймають ті чи інші рішення всі ці компоненти надзвичайно важливі (Смирнова & Левченко, 2020).

Чи зможе штучний інтелект, як показують у фантастичних фільмах, замінити людей, позбавити їх роботи, влаштувати «повстання машин»?

Деякі вчені попереджають, що роботи із штучним інтелектом можуть вийти з-під контролю уже найближчими роками і становитимуть загрозу для людства.

¹ Тест Тюрінга. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D1%81%D1%82_%D0%A2%D1%8E%D1%80%D1%96%D0%BD%D0%B3%D0%B0 (дата звернення: 20.09.2023).

² На побачення зі штучним інтелектом: технічний директор Google Рей Курцвейл спрогнозував наступні 100 років для людства. URL: <https://rudana.com.ua/news/na-pobachennya-zi-shtuchnym-intelektom-tehnichnyy-dyrektor-google-rey-kurcveyl-sprognozuvav> (дата звернення: 20.09.2023).

³ Там само.

Таблиця 1. Контент-аналіз терміну «штучний інтелект»
Table 1. Content analysis of the term "artificial intelligence"

Рік публікації	Автори	Трактування
1955	Макарті Дж. (Manning, 2020)	Наука та інженерія створення інтелектуальних машин
1985	Чарняк Є., МакДермотт Д. (Charniak & McDermott, 1985)	Вивчення розумових здібностей за допомогою обчислювальних моделей
1990	Курцвейл Р. (Kurzweil, 1990)	Мистецтво створення машин, які виконують функції, що потребують інтелекту, коли їх виконують люди
2007	Макарті Дж. (McCarthy, 2007)	Наука і технологія створення інтелектуальних машин, особливо інтелектуальних комп'ютерних програм
2008	Загнітко А.П., Шукіна І.А (Загнітко & Шукіна, 2008)	Умовне позначення кібернетичних систем, що моделюють деякі аспекти інтелектуальної діяльності людини (логічне, аналітичне мислення)
2009	Рассел С. Дж., Норвіг П. (Russell & Norvig, 2009)	Дослідження агентів, які отримують інформацію з навколишнього середовища і виконують дії.
2017	Роецзер П. (Roetzer, 2017)	Це широкий термін, що стосується технологій та процесів, які роблять машини розумнішими, що, у свою чергу, збільшує людські знання та можливості
2017	Кузьомко В. М., Репнікова І. П. (Кузьомко & Репнікова, 2017)	Це властивість машини, комп'ютерних систем і програм виконувати інтелектуальні та творчі функції людини, самостійно знаходити способи вирішення завдань, вміння робити висновки і приймати рішення
2017	Савченко А. С., Синельников О. О. (Савченко & Синельников, 2017)	Властивість автоматичних систем брати на себе окремі функції інтелекту людини, вибирати й ухвалювати оптимальні рішення на підставі раніше одержаного досвіду й раціонального аналізу зовнішніх дій
2020	Концепція розвитку штучного інтелекту в Україні ¹	Організаційна сукупність інформаційних технологій, із застосуванням якої можливо виконувати складні комплексні завдання шляхом використання системи наукових методів досліджень і алгоритмів обробки інформації, отриманої або самостійно створеної під час роботи, а також створювати та використовувати власні бази знань, моделі прийняття рішень, алгоритми роботи з інформацією та визначати способи досягнення поставлених завдань
2021	Ашламов І. С. (Ашламов, 2021)	Спосіб імітування розумової функції людини за допомогою математичних методів

Примітка: Визначення терміну «штучний інтелект» розміщені в таблиці в хронологічній послідовності публікацій в джерелах інформації.

Стівен Хокінг неодноразово зазначав, що побороється систем, розвиток яких не визначений жорсткими рамками. Він бачить розвиток штучного інтелекту як змагання між здоровим глуздом і технологічним прогресом. Хокінг підкреслює, що біологічна еволюція людського виду йде дуже повільно, а машини прогресують досить швидко. З часом вони самі зможуть себе вдосконалювати. С. Хокінг прогнозує перемогу штучного інтелекту над людством у найближчі 100 років. На думку вченого, потенціал штучного інтелекту допоможе впоратися з хворобами, зубожінням і військовими конфліктами. З іншого боку, якщо не будуть ретельно прораховані всі потенційні ризики і безпеки, електронний розум може і стати останньою розробкою в історії людства².

Ілон Маск, який входить до складу ради наукових керівників Інституту майбутнього

життя, як і Стівен Хокінг заявляє, що неконтрольований штучний інтелект «потенційно більш небезпечний, ніж ядерна зброя»³.

На переконання І. Маска, електронний розум може стати невіддільним людиною: «Я думаю, нам варто бути вкрай обережними з штучним інтелектом. Можливо це одна з найсерйозніших загроз для існування людства. Не буде зайвим введення певних регулюючих норм на національному і міжнародному рівнях, які не дозволять наробити дурощів»⁴. Раніше І. Маск заявляв, що люди просто не розуміють, наскільки швидко прогресує штучний інтелект і яку загрозу він може зберігати в собі (Бусол, 2015).

Відомий винахідник, програміст і бізнесмен, один із засновників компанії Apple Стівен Возняк також вважає, що штучний інтелект зможе перейняти властиву людям креативність мислення, він перетвориться на

¹ Про затвердження плану заходів з реалізації Концепції розвитку штучного інтелекту в Україні на 2021–2024 роки : Розпорядження КМУ №438-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-planu-zahodiv-z-438r> (дата звернення: 20.09.2023).

² Стівен Хокінг: штучний інтелект може повністю знищити людську расу. URL: https://tsn.ua/nauka_it/stiven-hoking-shtuchniy-intelekt-mozhe-povnistyu-znischiti-lyudsku-rasu-395260.html (дата звернення: 20.09.2023).

³ Штучний інтелект може бути більш небезпечним, ніж ядерна зброя – вчені. URL: <https://www.unian.ua/science/1031028-shtuchniy-intelekt-moje-buti-bilsh-nebezpechnim-nij-yaderna-zbroya-ycheni.html> (дата звернення: 20.09.2023).

⁴ Ілон Маск заявив, що штучний інтелект треба краще контролювати. URL: <https://www.unian.ua/science/10881452-ilon-mask-zayaviv-shcho-shtuchniy-intelekt-treba-krashche-kontrolyuvati.html> (дата звернення: 20.09.2023).

силу, з якою доведеться боротися. Вчений згоден із С. Хокінгом та І. Маском, які попереджають, що майбутнє людства може виявитися вельми похмурим. За словами С. Возняка, рано чи пізно мислячі пристрої, задумані для полегшення нашого життя, почнуть розуміти, що вони – кращі. Хто стане тоді управляти компаніями – повільна в рухах людина, чи машина?¹

Деякі вчені відзначають позитивні результати, що притаманні штучному інтелекту. О. Каплан вважає, що роботи ні тепер, ні в майбутньому, людству не загрожуватимуть. Механічні і електромеханічні системи самі по собі – звичайні залізячки, які управляються людьми і програмними системами, що вони створили. Небезпека полягає в програмних системах, які будуть знаходитися не лише в «головах» самих ботів, але і в розподільчих системах, в технологіях. Ці системи можуть виявитися небезпечними для людини, наприклад, пожежних систем, створених для підтримання безпеки на атомних електростанціях, або системах, які контролюють сучасну зброю. Їх розробники повинні турбуватися про те, щоб там стояли відповідні запобіжники, що дублюють механізми, які не дозволяють цим системам працювати нештатно. Поки що найбільшу небезпеку тут становить сама людина, яка може помилитися, невірно написати код (Воскресенський, 2016).

Сучасні інтелектуальні технології включають в себе, у тому числі і програмні комплекси, які розвиваються самі. Але є обставини, що не дозволятимуть програмним системам піти шляхом можливого перехоплення дій людини, і тим більше захоплення влади на Землі: в них немає і не буде інтелектуального досвіду, накопиченого людством. Вони здатні тримати у пам'яті всі книжки світу, але не зможуть використовувати їх так, як люди. У людини є вектор співіснування, потреби живого тіла, багато інших функцій, які відсутні в машинах. Наприклад, гуманістичні погляди або бажання зберегти власне життя і в масштабах всієї планети, не використовувати технології, що здатні все знищити. У кожної людини є інстинкт самозбереження, як і у групи людей, і в урядів країн, і в людства у цілому.

В програмних системах нічого цього немає і бути не може: вони не живі і для них це все неважливо. Вони не матимуть мети нашкодити людям, зробити їм боляче, захопити владу – все це людське...

На думку керівника лабораторії «Машинне навчання» А. Фільченкова боятися

потрібно не повстання машин. Потрібно боятися того, що великий обсяг інформації і сучасні технології негативно впливають на когнітивну здатність людини. Вже зараз багато людей мало взаємодіють між собою. Щоб отримати інформацію або вирішити проблему, – шукаємо в Інтернеті. Але знання, які зберігаються не у мозку людини, а у мережі, не приймають участі у нашому розвитку (Фільченков, 2021).

Ілон Маск вважає, що краще самим розповсюджувати технології супер-штучного інтелекту по всьому світу. Інакше може виникнути ситуація, коли алгоритми штучного інтелекту потраплять до рук урядових спецслужб, які будуть це приховувати. У такому випадку існує небезпека, що за допомогою справжнього штучного інтелекту урядові агенти можуть узурпувати владу над кібернетичними компаніями. Роль людини надовго зведеться до сервісних програм – завантаження цифрового суперкомп'ютера. Тоді люди перетворяться на аналог невеликих програм, що запускають операційну систему – вмикають комп'ютер².

Але є межа, за якою машини можуть вчинити самостійні дії, що не залежатимуть від людей. Такі системи є і тепер, наприклад, авіопілоти на літаках. Вони досить складні, в польоті орієнтуються на супутники, датчики літака і наземні служби, пілоти при цьому можуть відпочивати. Якщо щось піде не так і програма вийде за межі штатної роботи, це може нанести шкоду людям. За це відповідають ті, хто створив програмний продукт. У неживої комп'ютерної субстанції немає мети знищити літак. Навпаки, щоб таке не відбулося, автоматику потрібно відключити.

На сьогодні цикли самовдосконалення в області комп'ютерної технології змінюються дуже швидко, проте не само по собі, а в конструкторських бюро, інститутах і дослідницьких комплексах, де створюють нові матеріали, нове «залізо» для більш досконалих комп'ютерів. Все це відстежується спеціалістами, які там працюють. Але звичайна людина, не спеціаліст, не встигає стежити за такими змінами. Спеціалісти попереджають, що небезпека буде надходити і від хакерів. Якщо вони заламають якусь систему, до прикладу, військову, або систему управління потужними роботами – в цивільній авіації, у космонавтиці, на атомній електростанції, – люди отримують великі проблеми.

За «злочинними» діями комп'ютерних і програмних систем завжди стоїть людина. Це може бути не обов'язково злочинець або хакер, а спе-

¹ Співзасновник Apple Стів Возняк вважає, що ШІ може ускладнити виявлення дезінформації. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/31902/2023-05-10-spivzasnovnyk-apple-stiv-voznjak-vvazhaie-shcho-shi-mozhe-uskladnyty-vyuvlennya-dezinformatsii/> (дата звернення: 20.09.2023).

² Elon Musk & the Dangers of AI. URL: <https://medium.com/swlh/elon-musk-the-dangers-of-ai-47ed12b6c34e> (дата звернення: 20.09.2023).

ціаліст, який реально їх експлуатує, наприклад, льотчик, який під час польоту свідомо відключає системи автоматичного спостереження за станом літака. Але на будь-яку зловмисну дію можна винайти відповідних захист.

Вже існують програмні забезпечення, повністю автоматизований публічний комп'ютерний тест, який використовується на багатьох веб-сайтах, що дозволяє визначити, ким є користувач системи: людиною чи ботом.

Коли створюються нові системи шифрування, то, безумовно, розробляються і способи декодування шифрів. Це «змагання», ця боротьба буде тривати безперервно, але перематимуть в ній системи безпеки – тому що спочатку створюється сама система, а потім хтось намагається підібрати до неї ключі. «Отримуючи інформацію», що її намагаються зламати, програмна система почне модифікуватися. Можливостей на випередження тут набагато більше, ніж в хакерських атаках, просто необхідно своєчасно передбачати можливість злочинних дій. Але від втручання хакерів в роботу комп'ютерів ніхто не застрахований.

Кожна країна адекватно оцінює небезпеку, але заходи попередження визначаються матеріальними і людськими ресурсами. Якщо їх не вистачає, виникають ризикові ситуації.

«Людської роботи» у світі майбутнього не стане менше, вона просто буде якісно іншою. Штучний інтелект значною мірою контролюватиме дії людини, так як він це робить в багатьох сучасних технічних засобах, але і людина повинна контролювати дії таких пристроїв і машин. Якщо люди розумно розпоряджатимуться цим колосальним ресурсом, це піде їм на користь. Вони так повинні влаштовувати відносини із штучним інтелектом, щоб передові технології допомагали досягати важливих цілей.

Науково-технічний прогрес зупинити неможливо, цього ніколи не було і не буде, він незворотній. Досягненнями штучного інтелекту необхідно навчитися керувати (Смирнова & Левченко, 2020).

В Європарламенті планують прийняти законопроект «Про регулювання розвитку штучного інтелекту і протидії повстанню машин»¹. Творці законопроекту занепокоєні тим, що «штучний інтелект, через кілька десятиліть, зможе перевершити інтелектуальні можливості людини. Це може призвести до того, що люди не зможуть контролювати свій власний витвір», – йдеться в законі.

Сьогодні важко передбачити, чого очікувати від штучного інтелекту. Через деякий час можуть зникнути планшети і смартфони в сучасному вигляді і люди повністю змінять

систему спілкування. Можливо, в майбутньому комунікація взагалі буде здійснюватися без текстів і слів, лише думками. Така система заснована на принципах біології: перед тим, як людина хоче щось озвучувати, в її мозку активізуються нейрони, «спеціальні пристрої», які зчитують дані і трансформують їх в текст. Вже зараз такі технології використовуються людьми з інвалідністю, які не можуть говорити і рухатись (Фільченков, 2021).

Можливо, з часом, така інновація стане буденністю.

Висновки. 1. Люди планети давно залежать від технічних винаходів і пристроїв. Досягнення штучного інтелекту створюють людям зручності і комфортні умови: електричне освітлення, радіоприймачі, телевізори, Інтернет, планшети, смартфони, електричні плити, пральні машини, навігаційні системи, камери спостереження тощо. Появи нових систем особливих проблем людям не додають. Вони швидко їх освоюють і успішно використовують.

2. Створення інтелектуальних машин – важливий напрям розвитку науково-технічного прогресу. Технології штучного інтелекту сприяють вирішенню багатьох задач, які відносяться до різних сфер життєдіяльності – управління державою, підвищення конкурентоздатності виробництва, фінансів, транспорту, побуту, освіти, медицини, захисту та багатьох інших.

3. Штучний інтелект сьогодні – світовий тренд розвитку технологій, розробок інновацій. Прогрес у обчислювальних потужностях, можливість збирати та обробляти величезні масиви інформації, а також миттєвий доступ до новітніх алгоритмів – важлива передумова еволюції інтелектуальних технологій.

Розумні машини стали повсякденним явищем, допомагають людям приймати більш швидкі і оптимальні рішення. Експерти прогнозують, що з кожним роком роль інтелектуальних систем буде стрімко зростати, і вже у найближчі 5 років такі технології стануть ключовим гравцем на ринку людських відносин.

4. Розробка складних комп'ютерів і роботів створює для людей планети ризики: машини стануть розумнішими і можуть взяти владу у свої руки. Такі сюжети описані в багатьох творах наукової фантастики.

Штучний інтелект може стати небезпечним у військовій сфері. Перше, що зробило людство, відкривши технологію ядерної енергії – не побудувало атомну електростанцію, а створило атомну бомбу і випробувало її дію на людях. Теж саме може відбуватись із штучним інтелектом.

Знаменитий американський інноватор і

¹ В ЄС підготували перше у світі законодавче регулювання ШІ. 2023. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2023/12/9/707509/> (дата звернення: 20.09.2023).

бізнесмен Ілон Маск заявив, що розвиток штучного інтелекту може призвести до Третьої світової війни, а розумні технології повстануть проти людей.

5. Без застосування системи штучного інтелекту розвиток науково-технічного прогресу неможливий. Тому розробку інтелектуальних машин і пристроїв необхідно продовжувати, але з урахуванням застережень світовий авторитетів, які попереджають про існуючу загрозу людству. Треба також остеріга-

тись посилок, які можуть допускати спеціалісти, що створюють алгоритми, програми, системи. Тих, хто експлуатує машини і пристрої зі штучним інтелектом.

Більшість дослідників уникають однозначних прогнозів щодо можливих наслідків впровадження штучного інтелекту. Основна проблема полягає не стільки в створенні нових ефективних систем, як у підходах контролю. Пріоритетом при його розробці має бути безпекова складова.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Савченко А. С., Синельников О. О. Методи і системи штучного інтелекту. Київ : НАУ, 2017. 176 с.
2. Копакова І. Інтерв'ю з С. Лукьяненко. *Підсумки тижня*. 2021. №29. С. 21.
3. Turing A. M. I.—computing machinery and intelligence. *Mind*. 1950. Vol. LIX, Issue 236, October 1950. Pp. 433–460. DOI: <https://doi.org/10.1093/mind/LIX.236.433>
4. Кузьомко В. М., Репнікова І. П. Використання штучного інтелекту в цифровому маркетингу. *Інфраструктура ринку*. 2017. №13. URL: http://www.market-inf.od.ua/journals/2017/13_2017_ukr/21.pdf (дата звернення: 20.09.2023).
5. Касатонов В. Чим роботи небезпечні для людства? *Підсумки тижня*. 2020. № 30. С. 26.
6. Бусол О. Ю. Потенційна небезпека штучного інтелекту. *Інформація і праця*. 2015. № 2. С. 24.
7. Hilb M. Toward artificial governance? The role of artificial intelligence in shaping the future of corporate governance. *J Manag Gov*. 2020. Vol. 24. Pp. 851–870. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10997-020-09519-9>
8. Yang G., Ji G., Tan K.H. Impact of artificial intelligence adoption on online returns policies. *Ann Oper Res*. 2022. Vol. 308. Pp. 703–726. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03602-y>
9. Fosso Wamba S., Queiroz M.M., Braganza A. Preface: artificial intelligence in operations management. *Ann Oper Res*. 2022. Vol. 308. Pp. 1–6. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10479-021-04450-0>
10. De Mauro A., Sestino A., Vacconi A. Machine learning and artificial intelligence use in marketing: a general taxonomy. *Ital. J. Mark*. 2022. Vol. 2022. Pp. 439–457. DOI: <https://doi.org/10.1007/s43039-022-00057-w>
11. Damioli G., Van Roy V., Vertesy D. The impact of artificial intelligence on labor productivity. *Eurasian Bus Rev*. 2021. Vol. 11. Pp. 1–25. DOI: <https://doi.org/10.1007/s40821-020-00172-8>
12. Tsolakis N., Schumacher R., Dora M. et al. Artificial intelligence and blockchain implementation in supply chains: a pathway to sustainability and data monetisation? *Ann Oper Res*. 2023. Vol. 327. Pp. 157–210. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10479-022-04785-2>
13. Lui A.K.H., Lee M.C.M., Ngai E.W.T. Impact of artificial intelligence investment on firm value. *Ann Oper Res*. 2022. Vol. 308. Pp. 373–388. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03862-8>
14. Загнітко А. П., Щукіна І. А. Великий тлумачний словник. Сучасна українська мова від А до Я. Донецьк : ТОВ БК "БАО", 2008. 704 с.
15. Manning Ch. Artificial Intelligence Definitions. 2020. URL: <https://hai.stanford.edu/sites/default/files/2020-09/AI-Definitions-HAI.pdf> (дата звернення: 20.09.2023).
16. Charniak E., McDermott D. Introduction to Artificial Intelligence. Addison-Wesley, 1985.
17. Kurzweil R. The Age of Intelligent Machines. MIT Press, 1990.
18. McCarthy J. What is artificial intelligence? URL: <https://www-formal.stanford.edu/jmc/whatisai/> (дата звернення: 20.09.2023).
19. Russell S. J., Norvig P. Artificial Intelligence: A Modern Approach. 3rd Edition. New Jersey: Pearson, 2009. 1152 p.
20. Roetzer P. The Path to a More (Artificially) Intelligent Future. 2017. URL: <https://contentmarketinginstitute.com/2017/04/cognitive-content-marketing-ai/> (дата звернення: 20.09.2023).
21. Ашламов І. С. Війна рабів: чого побоюватися? *Аргументи і факти в Україні*. 2021. № 5. С. 4.
22. Смирнова Я., Левченко К. Нелюдські зусилля. *Аргументи і факти в Україні*. 2020. № 52. С. 8.
23. Воскресенський В. Повстання машин не буде. *Підсумки тижня*. 2016. № 17. С. 27.
24. Фільченков А. Роботящі люди. *Аргументи і факти в Україні*. 2021. № 3. С. 5.

Стаття надійшла до редакції 11.10.2023 р.

Стаття рекомендована до друку 17.11.2023 р.

Iia Chudayeva*, D.Sc. (Economics), Professor
fem_sura@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-7759-2372>

Boris Dmitruk*, PhD (Economics), Professor
fem_sura@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-6179-9923>

*Rauf Ablyazov Eastern European University, 16, Nechuy-Levitski str., Cherkassy, 18036, Ukraine

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS AN OBJECT OF MANAGEMENT: A BENEFIT FOR CIVILISATION OR A THREAT TO MANKIND?

Abstract. The authors of the article analyze the reasons for the rapid development and implementation of artificial intelligence achievements, which opens up great opportunities for

solving problems in many industries and is a reliable assistant to people in everyday life. The article analyses different approaches to the definition of "artificial intelligence", possible threats to humanity from its implementation, and focuses on the need to increase the responsibility of developers of programs, algorithms, systems and strengthen control over the work of users of equipment and devices with elements of artificial intelligence. People around the world have long been dependent on technical inventions and devices. The achievements of artificial intelligence provide people with convenience and comfortable conditions. The development of intelligent machines is an important area of scientific and technological progress. Artificial intelligence technologies contribute to solving many problems related to various areas of life, including the economy. Today, artificial intelligence is a global trend in technology development and innovation. Advances in computing power, the ability to collect and process huge amounts of information, and instant access to the latest algorithms are important prerequisites for the evolution of intelligent technologies. The development of sophisticated computers and robots poses risks to the world's people. Without the use of artificial intelligence, the development of scientific and technological progress is impossible. Key words: artificial intelligence, the achievement of civilization, a threat to humanity, strengthening control over the operation of machines. Therefore, the development of intelligent machines and devices must continue, but with the warnings of global authorities who warn of the existing threat to humanity.

Keywords: **Artificial Intelligence, Achievement of Civilization, Threat to Humanity, Strengthening Control Over the Operation of Machines.**

JEL Classification: O30; O32; O33.

REFERENCES

1. Savchenko, A. S., & Sinelnikov, O. (2017). *Methods and systems of artificial intelligence*. Kyiv: NAU. (in Ukrainian)
2. Kolpakova, I. (2021). Interview with S. Luk'janenko. *Results of the week*, 29, 21. (in Ukrainian)
3. Turing, A. M. (1950). I-computing machinery and intelligence. *Mind*, LIX(236), October 1950, 433–460. doi: <https://doi.org/10.1093/mind/LIX.236.433>
4. Kuziomko, V. M., & Repnikova, I. P. (2017). The use of artificial intelligence in digital marketing. *Market Infrastructure*, 13. Retrieved from http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/13_2017_ukr/21.pdf (in Ukrainian)
5. Kasatonov, V. (2020). Why are robots dangerous for humanity? *Results of the week*, 30, 26. (in Ukrainian)
6. Busol, O. (2015). Potential danger of artificial intelligence. *Information and labour*, 2, 24. (in Ukrainian)
7. Hilb, M. (2020). Toward artificial governance? The role of artificial intelligence in shaping the future of corporate governance. *J Manag Gov*, 24, 851–870. doi: <https://doi.org/10.1007/s10997-020-09519-9>
8. Yang, G., Ji, G., & Tan, K. H. (2022). Impact of artificial intelligence adoption on online returns policies. *Ann Oper Res*, 308, 703–726. doi: <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03602-v>
9. Fosso Wamba, S., Queiroz, M. M., & Braganza, A. (2022). Preface: artificial intelligence in operations management. *Ann Oper Res*, 308, 1–6. doi: <https://doi.org/10.1007/s10479-021-04450-0>
10. De Mauro, A., Sestino, A., & Bacconi, A. (2022). Machine learning and artificial intelligence use in marketing: a general taxonomy. *Ital. J. Mark*, 2022, 439–457. doi: <https://doi.org/10.1007/s43039-022-00057-w>
11. Damioli, G., Van Roy, V., & Vertesy, D. (2021). The impact of artificial intelligence on labor productivity. *Eurasian Bus Rev*, 11, 1–25. doi: <https://doi.org/10.1007/s40821-020-00172-8>
12. Tsolakis, N., Schumacher, R., Dora, M. et al. (2023). Artificial intelligence and blockchain implementation in supply chains: a pathway to sustainability and data monetisation? *Ann Oper Res*, 327, 157–210. doi: <https://doi.org/10.1007/s10479-022-04785-2>
13. Lui, A.K.H., Lee, M.C.M., & Ngai, E.W.T. (2022). Impact of artificial intelligence investment on firm value. *Ann Oper Res*, 308, 373–388. doi: <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03862-8>
14. Zahnitko, A. P., & Shchukina, I. A. (2008). *Big explanatory dictionary. Modern Ukrainian language from A to Z*. Donetsk: BAO Publishing House. (in Ukrainian)
15. Manning, Ch. (2020). Artificial Intelligence Definitions. Retrieved from <https://hai.stanford.edu/sites/default/files/2020-09/AI-Definitions-HAI.pdf>
16. Charniak, E., & McDermott, D. (1985). *Introduction to Artificial Intelligence*. Addison-Wesley.
17. Kurzweil, R. (1990). *The Age of Intelligent Machines*. MIT Press.
18. McCarthy, J. (2007). What is artificial intelligence? Retrieved from <https://www-formal.stanford.edu/jmc/whatisai/>.
19. Russell, S. J., & Norvig, P. (2009). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. 3rd Edition. New Jersey: Pearson.
20. Roetzer, P. (2017). The Path to a More (Artificially) Intelligent Future. Retrieved from <https://contentmarketinginstitute.com/2017/04/cognitive-content-marketing-ai/>.
21. Ashlamov, I. S. (2021). War of slaves: what to fear? *Arguments and facts in Ukraine*, 5, 4. (in Ukrainian)
22. Smyrnova, Y., & Levchenko, K. (2020). Inhuman efforts. *Arguments and facts in Ukraine*, 52, 8. (in Ukrainian)
23. Voskresensky, V. (2016). There will be no uprising of machines. *Results of the week*, 17, 27. (in Ukrainian)
24. Filchenkov, A. (2021). Hardworking people. *Arguments and facts in Ukraine*, 3, 5. (in Ukrainian)

The article was received by the editors 11.10.2023.

The article is recommended for printing 17.11.2023.

МАРКЕТИНГ

<https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-04>
УДК 339.138

Наталія Валеріївна Бутко

кандидат економічних наук, доцент
Черкаський національний університет імені Б. Хмельницького,
бул. Шевченко, 81, Черкаси, 18031, Україна
butko_n_v@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-1267-3750>

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГУ ЕКООРІЄНТОВАНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Метою написання статті є дослідження формування маркетингу підприємства, яке функціонує на екологічних засадах та обґрунтування об'єктивної необхідності впровадження стратегії екомаркетингу в його діяльність. Встановлено, що останнім часом все більшої популярності набувають екологічні продукти. Представлено топ-25 кращих екологічних програм, здійснюваних підприємствами різних сфер діяльності в Україні. Визначено маркетинг екоорієнтованого підприємства як маркетинг продукції, який включає систему заходів щодо підвищення інтересу людей до екологічних товарів чи послуг, стимулюючи їх піклуватися про екологію через споживання екопродуктів. Виокремлено низку ефективних методів екологічного маркетингу для екологоорієнтованих підприємств, які першими розпочали впровадження екологічних ініціатив. Формування екологічного маркетингу на підприємстві відбувається на основі алгоритму окремих послідовних кроків, які забезпечують задоволення потреб споживачів з дотриманням екологічної рівноваги та здоров'я суспільства. Розглянуто аспекти впровадження елементів екологічного маркетингу у межах підприємства. Висвітлено, що маркетинг екоорієнтованого підприємства сприяє інтенсифікації збуту продукції та отриманню додаткового прибутку шляхом екологізації виробництва. З метою впровадження стратегії екомаркетингу постає необхідність в її розробці, яка передбачає детальне планування і ретельне позиціонування підприємства як екологічно відповідального та привабливого для споживачів, які цінують екологічні аспекти. Описано послідовність дій щодо формування стратегії екомаркетингу. Ссформована стратегія екомаркетингу включає оптимальний набір стратегій, які забезпечують аспекти маркетингової діяльності в межах своїх повноважень. В Україні для подальшого формування маркетингу екоорієнтованого підприємства слід враховувати принципи та цінності, пов'язані з екологічними аспектами ведення їх господарської діяльності, які спрямовані на задоволення попиту споживачів екопродукції. Подальші дослідження будуть пов'язані з дослідженням потенціалу екологізації інноваційної діяльності підприємств.

Ключові слова: екологізація, підприємства, екологічна продукція, екологічний маркетинг, стратегія екомаркетингу.

JEL Classification: M31; L10; L19.

Як цитувати: Бутко, Н. В. (2023). Особливості формування маркетингу екоорієнтованого підприємства. *Соціальна економіка*, 66, 32-40. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-04>

In cites: Butko, N. (2023). Feature of forming marketing of an eco-oriented enterprise. *Social Economics*, 66, 32-40. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-04> (In Ukrainian)

Вступ. Наразі в сучасному суспільстві зростає усвідомлення екологічних проблем та потреба в підтримці сталих та екологічно відповідальних підприємств. Відповідно, це спонукає виробників до створення екопродукції, яка не лише забезпечує фінансовий прибуток, але й мінімізує негативний вплив на навколишнє середовище та максимально задо-

вольняє потреби споживачів. Тому маркетингу в нинішніх умовах функціонування підприємств на екологічних засадах відводиться ключова роль у їх зорієнтуванні та використанні можливостей для успішного ведення бізнесу. Маркетингова діяльність для таких екоорієнтованих підприємств набуває універсальності та впливає на розгляд теоре-

тичних підходів щодо управління природокористуванням, зокрема забезпечує пошук стимулів для розвитку природоохоронної діяльності та збереження ресурсів (Лазаренко, 2023; Швиданенко, Криворучкіна, & Матукова, 2017; Садченко, 2009). Тому для підвищення ефективності своєї виробничо-господарської діяльності підприємствам потрібні інвестиції у ресурсозбереження та запровадження концепції екологічного маркетингу, від формування та реалізації якої залежать успішність розроблення, виготовлення та просування екопродуктів, розвиток фінансово-економічного стану підприємства та рівень екологізації його виробництва (Рябова & Рябов, 2019). Зростання екологічної свідомості споживачів призведе до збільшення усвідомлення важливості екологічного маркетингу як інструменту для підвищення рівня екологічної безпеки, адаптуючись до ринкових умов та особливостей окремих підприємств.

Метою статті є дослідження формування маркетингу екоорієнтованого підприємства та обґрунтування об'єктивної необхідності впровадження стратегії екомаркетингу в його діяльність. Досягнення визначеної мети відбулося за рахунок виконання таких завдань: проаналізовано екологічні програми підприємств різних сфер діяльності; визначено сутність та роль маркетингу екоорієнтованого підприємства, виокремлено ефективні методи його здійснення; обґрунтовано послідовність дій щодо формування стратегії екомаркетингу, визначено її елементні складові та досліджено напрями покращення діяльності підприємств через її реалізацію. Об'єктом дослідження обрано екологічний маркетинг, а предметом дослідження виступає процес його формування та використання.

Огляд літератури. Питання дослідження засад екологічного маркетингу суб'єкта підприємництва та маркетингу екоорієнтованого підприємства, його створення й розвиток достатньо широко висвітлюються у працях вітчизняних і закордонних науковців. Так В. Лазаренко екологічний маркетинг розглядає як цілісну систему з досягнення належного рівня продовольчої безпеки та формування глобальної екологічно орієнтованої культури споживання (Лазаренко, 2023). Науковці Г. Швиданенко і О. Садченко в своїх роботах вказують на те, що він виступає елементом еколого-економічного управління (Швиданенко, Криворучкіна, & Матукова, 2017) та інструментом забезпечення стійкого розвитку на основі поширення екологічно збалансованих видів виробництва (Садченко, 2009). Автори Т. Рябова і І. Рябов розглядають проблеми, пов'язані з діяльністю сучасних підприємств на засадах екологічного марке-

тингу (Рябова & Рябов, 2019).

Дослідження тенденцій масового зміщення маркетингових акцентів у бік екологізації бізнесу на думку Л. Чатерджі, К. Фенгі, Ч. Накати, К. Сівакумари слід здійснювати з врахуванням екологічної турбулентності (Chatterjee, Feng, Nakata, & Sivakumar, 2023) та екологічного позиціонування товарів та послуг, як стверджує О. Рибіна, через впровадження екологічних програм розвитку в діяльність сучасних підприємств (Рибіна, 2022).

Акцентуючи увагу в своїх працях на визначення напрямків розвитку екологічного маркетингу, О. Гаврилець, Н. Дочинець, Г. Кампо визначили конкретні заходи, інструменти та підходи, реалізація яких в комплексі маркетингу підприємства сприяє як оптимізації його ринкового позиціонування, так і збереженню та відтворенню довкілля відповідно до сучасних реалій господарювання (Гаврилець, Дочинець, & Кампо, 2022), а Т. Коцко та О. Ковальчук обґрунтували необхідність впровадження маркетингової екологічної політики в межах підприємства в умовах мінливого зовнішнього середовища (Коцко & Ковальчук, 2020).

Питання актуальних тенденцій розвитку екологічного маркетингу, висвітлені в працях П. Нетх та А. Сіпонг щодо неможливості досягнення однакових результатів підприємств за його практичної реалізації (Nath & Sierpong, 2022); Л. Ліпич, О. Хілухи, М. Кушнір щодо пошуку визначення екопотреб суспільства (Ліпич, Хілуха, & Кушнір, 2020); Р. Кумарі, Р. Верми, Б. Дебати, Г. Тінгі щодо його сприйняття як процесу екологічного споживання (Kumari, Verma, Debata, & Ting, 2022); Р. Річі, К. Мусгроуе, С. Гілісон, К. Габлер через дослідження його ефективності на функціонування підприємства з точки зору фінансової діяльності, ефективності ринку, якості та безпечності товарів і послуг (Richey, Musgrove, Gillison, & Gabler, 2014). Вчені С. Локрі, Дж. Оттман, В. Польовська, Н. Андреева, О. Мартинюк у своїх дослідженнях зосереджують увагу на маркетингових стратегіях як засобах, за допомогою яких підприємства можуть посилити свої зусилля у розробці нових продуктів, одночасно управляючи впливом на навколишнє середовище (Ottman, 2011; Lockrey, 2015; Польовська, 2012; Андреева & Мартинюк, 2009).

Опрацьовані результати досліджень вчених-економістів мають важливе значення для подальшого розвитку екологічного маркетингу за окресленими напрямами та його практичної реалізації. Усвідомлюючи значущість маркетингу екоорієнтованого підприємства для економічного зростання підприємств на екологічних засадах, наукова актуалізація дослідження є беззаперечною.

Методологія дослідження. Теоретико-

методологічною базою дослідження виступили праці вітчизняних і зарубіжних науковців-економістів, у сфері екологічного маркетингу. В процесі проведеного дослідження використовувались загальнотеоретичні методи. При дослідженні теоретичних аспектів розвитку маркетингу екоорієнтованого підприємства використано системний метод. При дослідженні екологічних програм компанії України використано метод аналізу. За допомогою абстрактно-логічного методу – обґрунтовано необхідність формування та реалізації стратегії екомаркетингу і викладено висновки щодо необхідності застосування екологічного маркетингу в Україні.

Основні результати. Останнім часом все більшої популярності набувають екологічні продукти, адже сучасне суспільство стає все більш екологічно спрямованим, відповідно, бізнес, що орієнтується на споживача, враховує та підтримує такі зміни (Chatterjee, Feng, Nakata, & Sivakumar, 2023). Багато підприємств прагне мати імідж екоорієнтованих суб'єктів підприємництва, тобто тих, що демонструють екологічну відповідальність, адже це не лише приносить користь, але є не-

обхідністю, оскільки таким чином легше завоювати прихильність споживачів, підвищувати впізнаваність бренду та збільшувати обсяги продажів. Такі підприємства впроваджуючи нові інновації технологічного характеру, працюють над виробництвом екопродукції та використовують передові технології за рахунок чого підвищують свою конкурентоздатність. Крім того екоорієнтовані підприємства мають можливість відкривати для себе нові ринки збуту, що забезпечують розширення їх частки на ринку і збільшують фінансовий результат діяльності.

На сьогодні в Україні спостерігається явне зміщення маркетингових акцентів в сторону ведення бізнесу на засадах екологізації та позиціонування виробництва екопродукції (Рибіна, 2022). Це підтверджується впровадженням різноманітних екологічних програм, які включають модернізацію виробництва, встановлення сучасного передового обладнання, випуск екологічної продукції та реалізуються підприємствами різних галузей діяльності в Україні, найкращі з яких представлено в табл. 1.

Таблиця 1. ТОП-25 екологічних програм підприємств здійснюваних в Україні
Table 1. TOP-25 environmental programs of enterprises implemented in Ukraine

Підприємство	Сфера діяльності	Екопрограми
1	2	3
AB InBev Efes	пивоваріння	Екомодернізація виробництва.
Apple	виробництво побутової електроніки	Використання лише відновлюваної енергії; боротьба зі шкідливими відходами у власному виробництві.
ASUS	ІТ-виробник	Екоконцепцію Green ASUS.
Bosch Україна	Виробництво побутової техніки	Підтримання політики Bosch з енергоефективності та раціонального використання природних ресурсів.
GlobalLogic	цифрові продукти	Створення мобільного додатку EcoNike.
Henkel	виробництво косметики і засобів для побуту	Використання упаковки, виготовленої повністю з переробленого матеріалу.
IDS Borjomi UKRAINE	виробництво природних мінеральних вод	Запровадження екоініціативи, яка закликає українців сортувати пластик.
Kernel	виробництво і постачання сільгосппродукції	Запровадження системи екоменеджменту та технології ресурсозбереження і мінімізації впливу на довкілля.
L'Oréal Україна	виробництво косметики	Запущення глобальної програми сталого розвитку; проведення Citizen Day.
Nestlé	виробництво продуктів харчування і напоїв	Дотримання напрямів в сфері захисту довкілля: скорочення викидів CO ₂ , води і екологічність упаковки
The Procter & Gamble Company	виробництво споживчих товарів	Реалізація екопрограми щодо скорочення обсягу пакувальних матеріалів, розробка технологій зниження споживання енергоресурсів, висаджування лісів.
PepsiCo Україна	виробництво продуктів харчування і напоїв	Збереження клімату, фокусуючись на зниженні парникових газів у своїй діяльності.
WOG	імпортер палива	Переведення своїх АЗК на живлення від сонячних батарей; екопроект «До природи з добром».
YASNO	постачальник електроенергії, газу	Реалізація енергоефективних наборів YASNO Smart та надання послуги YASNO Efficiency.
Yves Rocher	виробництво косметики	Екоконцепція використання перероблених матеріалів; висаджування дерев Plant for Life.
ПП «Агроекологія»	сільське господарство	Виробництво продукції без застосування засобів захисту рослин; поверхнева обробка ґрунту без оранки.
Корпорація «Біосфера»	виробництво товарів для дому та гігієни	Екопрограма Eco-friendly лінійка Go Green не містить пластику; підтримання роздільного збору сміття.

Продовження таблиці 1 / Continuation of Table 1

1	2	3
ДТЕК	енергетична галузь	Екологічна модернізація потужностей підприємств; впровадження підходів циркулярної економіки.
Інтерпайп	виробництво труб	Екомодернізація виробництва.
Метінвест	металургія	Декарбонізація виробництва сталі.
Холдинг МХП	сільське господарство	Переробка органічних відходів агровиробництва в біогаз, «зелену» енергію і якісні біодобрива.
Оболонь	пивоваріння	Утилізація пивної дробини; переробка ПЕТ-пляшок.
ТМ «Сільпо»	торгівельна сфера	Екопроект «Лавка традицій»; відкриття у магазинах мобільних станцій з прийому відсортованого сміття.
Укргазбанк	фінансова сфера	Екопродукти: ЕКО-депозит, ЕКО-житло ЕКО-кредитка.
Компанія «Ензим»	харчова галузь	Використання біогазу, отриманого при очищенні стоків; долучення до соціальних і культурних ініціатив.

Джерело: узагальнено автором на основі (Василевський, 2021)

Виходячи зі змісту розглянутих екологічних програм, задіяваних підприємствами України, прослідковуються три напрями екологізації діяльності бізнесових одиниць різних сфер господарювання, що залежать від цілей, можливостей і потреб їх на ринку, а саме (Гаврилець, Дочинець, & Кампо, 2022): екологізація діяльності ринкового суб'єкта підприємництва, стимулювання попиту на екопродукцію через формування екологічної свідомості споживачів та екологічно-безпечне природокористування.

До того ж, не залежно від галузі функціонування, кожне екологоорієнтоване підприємство в процесі своєї діяльності використовує окремі елементи маркетингу, в т.ч. екологічного. Тому маркетинг, а особливо його ланка екомаркетинг (екологічний маркетинг), повинна активно адаптуватися до сучасних економічних тенденцій ведення бізнесу на заходах сталого розвитку.

Маркетинг екоорієнтованого підприємства – це маркетинг продукції, головна відмінна риса якої полягає в тому, що вона ніяк не шкодить навколишньому середовищу, або якщо і шкодить, то найменшою мірою. Тобто він включає таку систему заходів, яка підвищує інтерес до екологічних товарів чи послуг і стимулює людей піклуватися про екологію, споживаючи такі продукти.

Екомаркетинг відноситься до процесу продажу продуктів або послуг на основі їх екологічних вигод. Такий продукт або послуга можуть бути виготовлені з екологічно чистих матеріалів або виготовлятися екологічно безпечним способом: (Коцко & Ковальчук, 2020; Садченко, 2001).

- не містять токсичних матеріалів або озоноруйнівних речовини;
- можливість переробки або виготовлення із перероблених матеріалів;
- виробництво із відновлюваних матеріалів;
- використання екологічної упаковки тощо.

Так, екологічний маркетинг насправді

охоплює широкий спектр можливостей щодо діяльності підприємства, пов'язаної з екологічною безпекою та створенням екологічно чистої продукції (Nath & Siepong, 2022).

Екологоорієнтовані підприємства, які першими розпочали впровадження екологічних ініціатив, виокремили низку ефективних методів екологічного маркетингу (Ліпич, Хілуха, & Кушнір, 2020):

- використання сучасних технологій для створення екологічно чистої продукції, яка має незначний негативний вплив на довкілля;
 - підвищення якості продукції та можливості її повторного використання, що сприяє зменшенню відходів та споживанню ресурсів;
 - застосування зелених технологій для переробки відходів виробництва, що сприяє зниженню негативного впливу на довкілля та сприятливому використанню ресурсів;
 - забезпечення екологічної безпеки процесу споживання продукції, зокрема шляхом забезпечення безпечного використання та утилізації продукту після його використання;
 - врахування екологічної складової при розробці пакування та логістичних заходів, наприклад, використання екологічно чистих матеріалів для упаковки та зменшення використання надмірного пакувального матеріалу;
 - можливість екологічної переробки упаковки або використання такої упаковки, яка самостійно біологічно розкладається, сприяє зменшенню негативного впливу на природу;
 - використання ресурсозберігаючих технологій на всіх етапах виробництва та післяпродажного обслуговування, що сприяє оптимізації використання ресурсів та зниженню енергозатрат;
 - посилення контролю за забрудненням довкілля та застосування сучасних технологій.
- Екологоорієнтовані підприємства активно займаються моніторингом своєї діяльності, контролюють вплив виробництва на

навколишнє середовище і вживають заходів для мінімізації негативного впливу. Вони впроваджують сучасні технології, які дозволяють знижувати викиди шкідливих речовин, ефективно очищати відходи та забруднені речовини перед їх викидом у довкілля.

Крім того, ековиробники вдосконалюють свої процеси та системи керування, щоб забезпечити дотримання екологічних стандартів і регулювань. Вони працюють над впровадженням ефективних систем відновлення ресурсів, рециклінгу та переробки відходів. Такі заходи сприяють зменшенню навантаження на навколишнє довкілля та збереженню природних ресурсів.

Підприємства сфери маркетингу, присвячені екологічній етиці компаній та екологічним перевагам їх продуктів, зростають з року в рік, що має свої переваги. Слід зазначити, що деякі підприємства займаються екологічним маркетингом виключно тому, що такий акцент дозволить їм отримати значний прибуток. Інші підприємства, однак, ведуть свою діяльність екологічно безпечним чином, тому що їхні власники та менеджери відчувають відповідальність за збереження цілісності навколишнього середовища, навіть якщо вони задовольняють споживчі потреби та бажання. Крім того такі підприємства також мають можливість отримати економічні, соціальні, екологічні та політичні переваги (Бутко & Радзіховська, 2022). Справді, екологічний маркетинг наголошує на екологічному управлінні. Тому екологічний маркетинг можна визначити як будь-яку маркетингову діяльність, яка визнає природоохоронне управління як

основну відповідальність у розвитку бізнесу. Це певною мірою розширює традиційне розуміння обов'язків та цілей підприємницької діяльності. Крім того, багато факторів призвели до того, що суб'єкти підприємництва у деяких галузях промисловості включили екологічну етику у свою діяльність.

Важливим наразі є представити алгоритм формування екологічного маркетингу на підприємстві, який складається з окремих послідовних кроків (рис. 1) та передбачає впровадження його елементів.

Слід зазначити, що впровадження елементів екологічного маркетингу в діяльність підприємств вимагає більш широкого підходу, ніж просто здійснення модифікації наявної продукції або забезпечення звичайного виробничого процесу. Сюди необхідно віднести розробку торговельної марки, яка сприяє мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище та задовольняє потреби споживачів.

Основні кроки у впровадженні елементів екологічного маркетингу у межах підприємства включають певні аспекти, а саме (Ottman, 2011; Kumari, Verma, Debata, & Ting, 2022): аналіз процесу виробництва продукції на підприємстві, дослідження ринку та аналіз споживчих потреб щодо екоорієнтованої продукції, розробка стратегії екологічного маркетингу, розробка екопродукції або її модифікація, комунікація зі споживачами про екологічні переваги своєї продукції, співпраця з партнерами та постачальниками, що дотримуються екологічних стандартів.

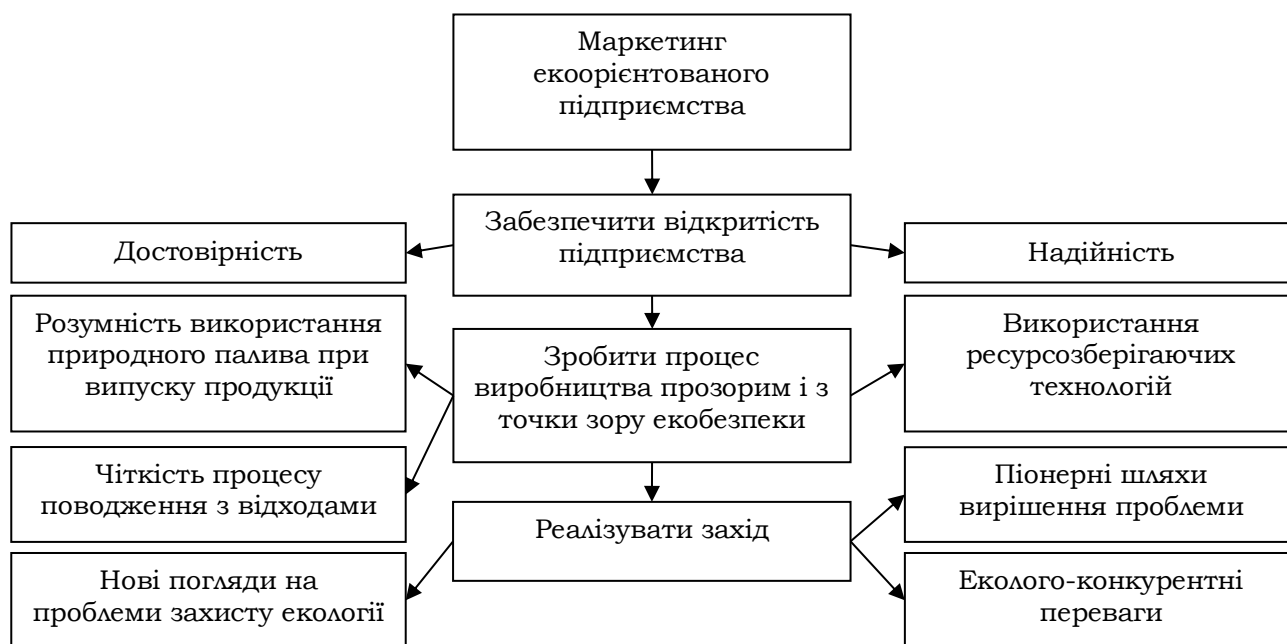


Рис. 1. Алгоритм формування маркетингу екоорієнтованого підприємства

Fig. 1. Algorithm for the formation of marketing of an eco-oriented enterprise

Джерело: побудовано автором з використанням (Владимирова, 2016)

Важливим є встановлення екологічних вимог до постачальників через дотримання екологічних сертифікатів, використання сталих практик у виробництві та транспортуванні, управління відходами, їхнього аудиту, спільних ініціативах та обмінні знаннями і досвідом (Richey, Musgrove, Gillison, & Gabler, 2014), що сприятиме постійному вдосконаленню та забезпеченню в діяльності підприємства у екологічному напрямі.

З метою покращення фінансово-економічних показників діяльності підприємств, в т.ч. збільшення фінансового прибутку та завоювання більшої частки ринку слід приділити увагу розробці стратегії екомаркетингу (Lockrey, 2015), яка передбачає ретельне планування і виконання кроків для позиціонування підприємства як екологічно відповідального та привабливого для споживачів (Польовська, 2012), які цінують екологічні аспекти.

Для початку необхідно здійснити аналітико-дослідницьку підготовку при впровадженні стратегії екомаркетингу, рис. 2.

Тому в загальному стратегія екомаркетингу підприємства повинна включати опти

мальний набір стратегічних елементів, а саме: товарну (продуктову), цінову, збутову й розподілу, комунікаційну стратегії (рис. 3), які забезпечують аспекти маркетингової діяльності в межах своїх повноважень (Андрєєва & Мартинюк, 2009).

Так стратегія комунікацій в межах стратегії екомаркетингу включає такі елементи: підвищення інтересу до проблем охорони довкілля, інформування про екологічні цінності підприємства, надання інформації про виробництво екопродукції, реклама та просування екологічної продукції на ринку, залучення споживачів до екологічної діяльності та екологічні зв'язки з громадськістю.

Розглядаючи стратегію ціноутворення в межах стратегії екомаркетингу, то вона повинна забезпечувати прозорість та диференціацію цін, економічну стимуляцію щодо знижок або бонусів для споживачів, які обирають екологічну продукцію підприємства тощо, а стратегія збуту і розподілу – екологічні канали дистрибуції, співпрацю з екологічними організаціями, запобігання нанесенню шкоди від збутової діяльності навколишньому середовищу тощо.

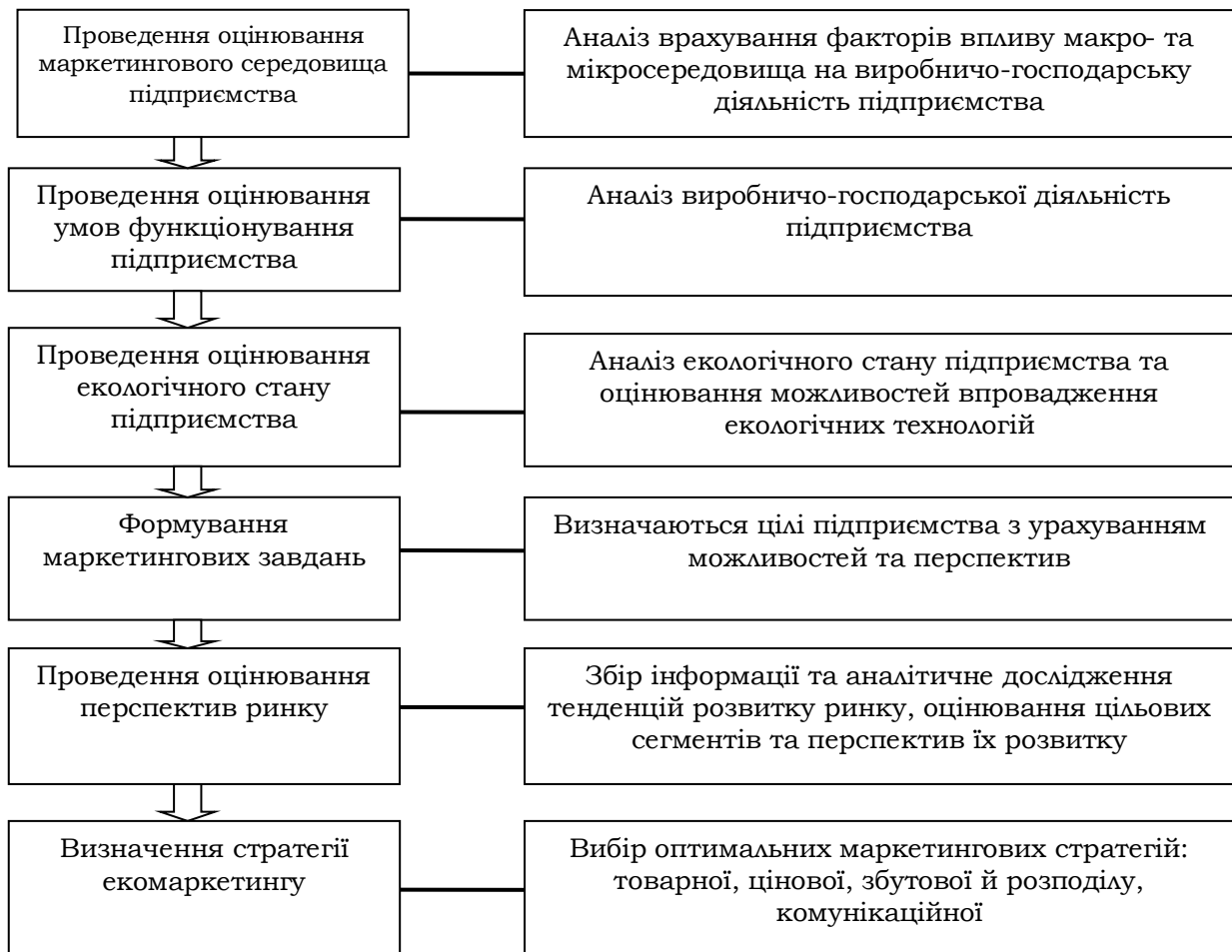


Рис. 2. Послідовність дій щодо формування стратегії екомаркетингу
Fig. 2. The sequence of actions regarding the formation of an eco-marketing strategy

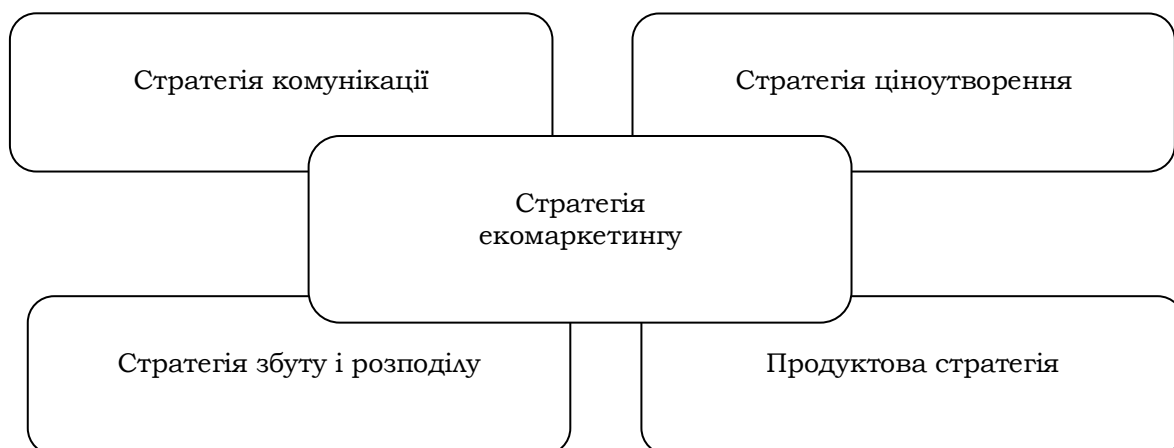


Рис. 3. Стратегія екомаркетингу
Fig. 3. Eco-marketing strategy

Продуктова стратегія в межах стратегії екомаркетингу може включати такі аспекти: розробка та виробництво екологічної продукції, її сертифікація та маркування, мінімізація забруднення довкілля при виробництві екопродукції, виробництво продукції за ресурсозберігаючими технологіями тощо.

Так як маркетинг екоорієнтованого підприємства має на меті просування його екологічної ідентичності та продукції, спрямованих на розв'язання екологічних проблем, то стратегія екомаркетингу повинна забезпечувати низку його елементів, на основі застосування яких відбувається підвищення свідомості споживачів щодо переваг використання екоорієнтованих продуктів та проблем навколишнього середовища.

Висновки. Маркетинг екоорієнтованого підприємства спрямований на стимулювання виробників до створення і поширення екологічно безпечної продукції, а також поєднання економічних і екологічних інтересів суспільства. Він працює на забезпечення задоволення потреб

споживачів, при цьому дотримуючись екологічної рівноваги та здоров'я суспільства. Формуванню маркетингу екоорієнтованого підприємства слідує розробка та впровадження стратегії екомаркетингу в його діяльність, яка здійснює технологічні та організаційні зміни у функціонуванні суб'єкта підприємництва. Тому маркетинг екоорієнтованого підприємства передбачає, що в організації та веденні його господарської діяльності враховуються принципи та цінності, пов'язані з екологічними аспектами.

Попри досягнення світової та вітчизняної практики процесу екологізації виробництва, залишається важливим проведення досліджень з охорони довкілля та природних ресурсів. Таким чином, формування стратегії екомаркетингу вважається однією з ключових задач щодо успішного розвитку підприємства та забезпечення його потенціалу ресурсів. Подальші дослідження будуть пов'язані з дослідженням потенціалу екологізації інноваційної діяльності підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Лазаренко В. І. Оцінювання існуючих підходів екологічного маркетингу щодо органічного виробництва в умовах воєнного стану. *Збалансоване природокористування*. 2023. № 1. С. 28–35. DOI: <https://doi.org/10.33730/2310-4678.1.2023.278536>
2. Швиданенко Г. О., Криворучкіна О. В., Матукова Д. Г. Розвиток підприємства на еколого-економічних засадах : монографія. Київ. КНЕУ, 2017. 184 с.
3. Садченко О. В. Концепція екологічного маркетингу. *Економічний вісник НГУ*. 2009. №3. С. 71–79.
4. Рябова Т.А., Рябов І. Б. Проблеми та перспективи екологічного маркетингу в Україні. *Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво»*. 2019. № 3(108). С. 155–159.
5. Рибіна О. І. Формування механізму екологічного маркетингу в контексті концепції сталого розвитку. *Ефективна економіка*. 2020. №1. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.1.76>
6. Chatterjee L., Feng C., Nakata Ch., Sivakumar K. The environmental turbulence concept in marketing: A look back and a look ahead. *Journal of Business Research*. 2023. Vol. 161. 113775. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113775>
7. Василевський Ю. Топ-25 кращих екопрограм компаній. *Ділова столиця*. 2021. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/reitingi/top-25-luchshih-ekoprogramm-kompaniy-22022021-416268> (дата звернення 10.10.2023).
8. Гаврилець О., Дочинець Н., Кампо Г. Зелений маркетинг – перспективна концепція ринкового позиціонування як реакція на виклики сьогодення. *Mechanism of an Economic Regulation*. 2022. Вип. 3-4 (97-98). С. 118–123. DOI: <https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.19>
9. Коцко Т. А., Ковальчук О. В. Розвиток підприємства на засадах концепції екологічного маркетингу. *Сучасні підходи до управління підприємством*. 2020. № 5. С. 44–58.

10. Садченко Е. В. Экологический маркетинг: понятия, теория, практика и перспективы. Одесса, Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2001. 146 с.
11. Nath P., Siepong A. Green marketing capability: A configuration approach towards sustainable development. *Journal of Cleaner Production*. 2022. Vol. 354. 131727. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.131727>
12. Ліпич А. Г., Хідуха О. А., Кушнір М. А. Окремі аспекти використання екологічного маркетингу для поліпшення природного середовища міста. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2020. №4 (70). С. 66–71. DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2020-70-11>
13. Бутко Н. В., Радзіховська Ю. М. Маркетинг в Україні: перспективи та проблеми розвитку. *Інтелект XXI*. 2021. Вип. 2. С. 13-17. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2021-2.2>
14. Владимірова М.С. Формування екологічного маркетингу на підприємстві. *Молодий вчений*. 2016. № 4 (31). С. 35-38.
15. Ottman J. *The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, 2011.
16. Kumari R., Verma R., Debata B. R., Ting H. A systematic literature review on the enablers of green marketing adoption: Consumer perspective. *Journal of Cleaner Production*. 2022. Vol. 366. 132852. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.132852>
17. Richey Jr R. G., Musgrove C. F., Gillison S. T., Gabler C. B. The effects of environmental focus and program timing on green marketing performance and the moderating role of resource commitment. *Industrial Marketing Management*. 2014. Vol. 43. Pp. 1246-1257. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2014.06.014>
18. Lockrey S. A review of life cycle based ecological marketing strategy for new product development in the organizational environment. *Journal of Cleaner Production*. 2015. Vol. 95. pp. 1-15. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.02.022>
19. Польовська В. Т. Розроблення екологічних маркетингових стратегій із урахуванням соціальної відповідальності підприємств лісового сектору. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 375-383.
20. Андрєєва Н. М., Маргинюк О. М. Маркетингові екологічні стратегії як концептуальний бізнес сталого розвитку підприємства. *Механізм регулювання економіки*. 2009. №3. С. 119-126.

Стаття надійшла до редакції 06.08.2023 р.

Стаття рекомендована до друку 17.09.2023 р.

Nataliia Butko, PhD (Economics), Associate Professor, The Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, 81, Shevchenko Bulv., Cherkasy, 18031, Ukraine
 butko_n_v@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-1267-3750>

FEATURES OF FORMING MARKETING OF AN ECO-ORIENTED ENTERPRISE

Abstract. The purpose of writing the article is to study the formation of marketing of an enterprise that operates on an environmental basis. It also aims to substantiate the objective need of implementing an ecomarketing strategy into it. We established that eco-friendly products have recently become increasingly popular. We enumerated the top 25 environmental programs implemented into enterprises in various fields of activity in Ukraine. We indicate marketing of an eco-oriented enterprise as product marketing, which includes a system of measures to increase people's interest in eco goods or services, encouraging them to take care of the environment with the consumption of eco-products. We counted out a number of effective methods of environmental marketing for environmentally oriented enterprises that were the first to implement environmental initiatives. The formation of environmental marketing at the enterprise is based on the algorithm of individual consecutive steps. It helps ensure the satisfaction of consumer needs maintaining environmental balance and public health. We analysed the aspects of implementing environmental marketing elements within the enterprise. We came to conclusion that marketing of an eco-oriented enterprise leads to the intensification of sales of products and obtaining additional profit by greening production. In order to implement the eco-marketing strategy, it is necessary to develop it that involves detailed planning and careful positioning of the enterprise as environmentally responsible and attractive to consumers who value environmental aspects. We described the sequence of actions for forming an eco-marketing strategy. The formed eco-marketing strategy includes the optimal set of strategies that ensure aspects of marketing activities within their limits. In Ukraine, for the further formation of marketing of an eco-oriented enterprise, it is necessary to take into account the principles and values related to the environmental aspects of conducting their economic activities, which are aimed to satisfy needs of eco-products consumers. Further research will be related to the study of the potential for greening innovative activities of enterprises.

Keywords: **Greening, Enterprises, Ecological Products, Ecological Marketing, Ecomarketing Strategy.**

JEL Classification: M31; L10; L19.

REFERENCES

1. Lazarenko, V. I. (2023). The essence of environmental marketing in the agricultural sector of the economy. *Balanced nature management*, 2, 59–65. (in Ukrainian)
2. Shvydanenko, H. O., Kryvoruchkina, O. V., & Matukova, D. H. (2017). *Development of the enterprise on ecological and economic bases*. Kyiv: KNEU (in Ukrainian)
3. Sadchenko, O. V. (2009). The concept of ecological marketing. *Ekonomichnui visnyk NHU*, 3, 71-79. (in Ukrainian)
4. Rjabova, T. A., & Rjabov, I. B. (2019). Problems and prospects of ecological marketing in Ukraine. *State and regions. Series: Economics and Business*, 3 (108), 155-159. (in Ukrainian)
5. Rybina, O. I. (2020). Formation of the environmental marketing mechanism in context of the sustainable development concept. *Efektivna ekonomika*, 1. doi: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.1.76> (in Ukrainian)
6. Chatterjee, L., Feng, C., Nakata, C., & Sivakumar, K. (2023). The environmental turbulence concept in marketing: A look back and a look ahead. *Journal of Business Research*, 161, 113775. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113775>
7. Vyshnevs'kyj, Y. (2021). Top 25 best eco-programs of companies. *Dilova stolitsia*. Retrieved from <https://www.dsnews.ua/ukr/reitingi/top-25-luchshih-ekoprogramm-kompaniy-22022021-416268> (in Ukrainian)
8. Havrylets, O., Dochynets, N., & Kampo, H. (2022). Green marketing – a prospective market positioning concept as a response to today's challenges. *Mechanism of an economic regulation*, 3-4 (97-98), 118-123. (in Ukrainian)
9. Kotsko, T. A., & Kovalchuk, O. V. (2020). Enterprise development based on the concept of ecological marketing. *Modern approaches to enterprise management*, 5, 44-58. (in Ukrainian)
10. Sadchenko, E. V. (2001). *Environmental marketing: concepts, theory, practice and prospects*. Odessa. (in Ukrainian)
11. Nath, P., & Siepong, A. (2022). Green marketing capability: A configuration approach towards sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, 354, 131727. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.131727>
12. Lipych, L. H., Khilukha, O. A., & Kushnir M. A. (2020). Certain aspects of using ecological marketing to improve the city's natural environment. *Scientific View: Economics and Management*, 4 (70), 66–71. doi: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2020-70-11> (in Ukrainian)
13. Butko, N. V., & Radzikhovska, Yu. M. (2021). Marketing in Ukraine: prospects and problems of development. *Intellect XXI*, 2, 13-17. doi: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2021-2.2> (in Ukrainian)
14. Vladymyrova, M. S. (2016). Formation of environmental marketing at the enterprise. *Young Scientist*, 4 (31), 35-38. (in Ukrainian)
15. Ottman, J. (2011). *The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
16. Kumari, R., Verma, R., Debata, B. R., & Ting, H. (2022). A systematic literature review on the enablers of green marketing adoption: consumer perspective. *Journal of Cleaner Production*, 132852. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.132852>
17. Richey, Jr, R. G., Musgrove, C. F., Gillison, S. T., & Gabler, C. B. (2014). The effects of environmental focus and program timing on green marketing performance and the moderating role of resource commitment. *Industrial Marketing Management*, 43(7), 1246-1257. doi: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2014.06.014>
18. Lockrey, S. (2015). A review of life cycle based ecological marketing strategy for new product development in the organizational environment. *Journal of Cleaner production*, 95, 1-15. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.02.022>
19. Polovska, V. T. (2012). Development of ecological marketing strategies taking into account the social responsibility of forest sector enterprises. *Marketing and Management of Innovations*, 4, 375-383. (in Ukrainian)
20. Andrieieva, N. M., & Martyniuk O. M. (2009). Marketing ecological strategies as a conceptual business of sustainable development of the enterprise. *Mechanism of Economic Regulation*, 3, 119-126. (in Ukrainian)

The article was received by the editors 06.08.2023.

The article is recommended for printing 17.09.2023.

МЕНЕДЖМЕНТ

<https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-05>
УДК 331:005.95/.96

Світлана Миколаївна Бабич*

кандидат економічних наук, доцент
babych@karazin.ua
<https://orcid.org/0000-0002-1081-7685>

Дмитро Володимирович Бабич*

доктор економічних наук, професор
babych@karazin.ua
<https://orcid.org/0000-0003-0562-3242>

* Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна

ТРЕНДИ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Метою даної статті є оцінка можливості запровадження нових підходів щодо управління персоналом у вітчизняну практику. Узагальнюючи результати проведеного дослідження, можна зазначити наступне: існує розбіжність у дослідженні проблематики управління персоналом в вітчизняних наукових працях та іноземній науковій думці. Останні дослідження українських науковців пов'язані з оцінкою міжнародного досвіду HR-практик, адаптації вітчизняних систем управління персоналом до зовнішніх викликів (війна, пандемія тощо). Іноземні праці присвячені розкриттю теоретичних та практичних засад застосування нових HR-практик, емпіричному дослідженню результативності та ефективності їх запровадження, розбору кейсів. В світлі поширення в HR менеджменті тренду на врахування інтересів працівника, забезпечення його добробуту були відібрані наступні новітні практики управління персоналом для їх впровадження на вітчизняних підприємствах: персоналізоване управління людськими ресурсами; управлінські практики на засадах корпоративної соціальної відповідальності; HR-співтворчість; Agile HR. Серед недоліків та проблем застосування персоналізованого управління персоналом можна зазначити брак часу та працівників кадрового підрозділу для підбору індивідуальної стратегії управління кожним працівником, якщо підприємство є середнім або великим за розмірами. Перешкодою на шляху імплементації засад корпоративної соціальної відповідальності в управління персоналом може стати складність оцінки добробуту працівників. Потрібно виважено підійти до формування системи прямих та непрямих індикаторів задоволеності працівників для отримання правдивої оцінки. Перешкодою на шляху запровадження підходів HR-співтворчості може стати доволі патріархальне товариство, для якого характерне імплементація новацій згори-донизу, а не конструювання нових практик управління персоналом із залученням сторонніх, відносно компанії, осіб. Головною перешкодою на шляху запровадження Agile HR може стати небажання зміни організаційної структури управління персоналом, а також небажання персоналу відмовитись від шаблонних рішень. Перспективи подальших досліджень в тематиці даної статті пов'язані із оцінкою готовності вітчизняних підприємств запроваджувати новації в сфері HR менеджменту.

Ключові слова: **HR менеджмент, практики управління персоналом, персоналізоване управління людськими ресурсами, корпоративна соціальна відповідальність; HR-співтворчість; Agile HR.**

JEL Classification: J53; M12; M14.

Як цитувати: Бабич, С. М., & Бабич, Д. В. (2023). Тренди в управлінні персоналом на підприємстві. *Соціальна економіка*, 66, 41-48. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-05>

In cites: Babych, S., & Babych, D. (2023). Trends in HR management at the enterprise. *Social Economics*, 66, 41-48. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-05> (In Ukrainian)

Вступ. Система управління підприємством на сучасному етапі розвитку економічних відносин знаходиться під впливом безлічі чинників, серед яких можна виділити такі найбільш значущі, як глобалізація, невизначеність, тренд на сталий розвиток, цифровізація, збільшення частоти появи економічних криз, природних катаклізмів тощо. Всі складові системи управління повинні вирізнятися гнучкістю задля адекватної реакції на зовнішні зміни, в т.ч. й система управління персоналом (HR менеджмент) повинна відходити від традиційної моделі й імплементувати новітні практики.

Відтак метою даної статті є оцінка можливості запровадження нових підходів щодо управління персоналом у вітчизняну практику.

Для досягнення визначеної мети у дослідженні передбачено вирішення наступних завдань:

- узагальнення міжнародний досвід новацій в HR менеджменті;
- визначення перешкод чи ускладнень застосування новацій HR менеджменту вітчизняними підприємствами.

Об'єктом дослідження є сукупність економічних відносин, що формується в процесі розробки та реалізації кадрової політики підприємства.

Предметом дослідження є система управління персоналом підприємства.

Огляд літератури. Для проведення даного дослідження фокус у підборі наукових робіт з окресленої тематики робився саме на найновіших працях вітчизняних та іноземних авторів за останні роки. Цікавим було порівняти, що висвітлює українська наукова думка в сфері HR менеджменту, а які аспекти преважують у дослідженнях за кордоном.

Л. Кустріч у своїх роботах (Кустріч, 2022; Кустріч, 2023) обґрунтовує ідею формування інноваційної системи управління персоналом, а основою побудови такої системи може стати адаптивна методика в системі HR-менеджменту, яка дозволяє застосовувати індивідуальний набір інструментів у кожній конкретній ситуації та зміні обставин. І. Седікова, К. Козак та Д. Седіков (Седікова, Козак, & Седіков, 2022), а також О. Потьомкіна та А. Гордійчук (2022) оцінили вплив цифрової економіки на систему управління персоналом, а саме поширення дистанційної форми зайнятості, масштабне запровадження IT-рішень. О. Ольшанський, М. Шкробот, Г. Дідур, О. Шевченко (2022) пропонують застосовувати компетентнісний підхід при формуванні стратегії управління персоналом. О. Бабчинська (2022) розкриває пріоритетну роль HR менеджменту в розкритті інноваційного потенціалу персоналу підприємства.

Вітчизняні науковці не могли залишити

осторонь вплив війни на всі сфери суспільного життя: З. Шацька (2022), Т. Обелець та В. Наверська (2023) висвітлили специфіку змін в системі управління персоналом в умовах воєнного стану, авторки підкреслили необхідність комбінування форм зайнятості, залучення персоналу до реалізації заходів кібербезпеки.

Ч. Кайрат та П. Боксолл (Caugat & Voxall, 2023) провели систематичне дослідження щодо ролі HR фахівців в системі управління підприємством: науковці дійшли висновку, що існує взаємодоповнюваність між стратегічними та операційними ролями і виникає певна синергія. М. Борней-Баррачина та ін. (Bornay-Barrachina, Guerrero-Villegas, López-Fernández, & Ruiz-Rodríguez, 2023) дійшли висновку, що HR-менеджер відіграє значну роль у посиленні орієнтації компанії на сталий розвиток. С. Хуан, Ф. Ян, Ц. Чжен, К. Фен та Л. Чжан (Huang, Yang, Zheng, Feng, & Zhang, 2023) обґрунтували переваги нової концепції персоналізованого управління людськими ресурсами. Й. Мейерінк та Т. Бондарук (Meijerink & Bondarouk, 2023) надали оцінку позитивним та негативним ефектам застосування алгоритмів управління людськими ресурсами у тісному взаємозв'язку із автономією робочих місць та цінністю для працівників. Й. Аккерманс, Д. Г. Коллінгс, С. П. да Мотта Вейга, К. Пост та С. Зайберт (Akkermans, Collings, da Motta Veiga, Post, & Seibert, 2021) доводять важливість дослідження кар'єрних шоків для правильного підбору кадрових практик на підприємстві. М. Х. Йокояма (Yokoyama, 2016) висунув пропозицію щодо непродуктивності боротьби HR-відділів із використанням працівниками соціальних мереж, а доцільності використання соціальних мереж в кадровому управлінні. К. Сандерс, Ф. Т. Нгуєн, Д. Буккенуге, А. Е. Рафферті, Г. Шварц (Sanders, Nguyen, Bouckenooghe, Rafferty, & Schwarz, 2023) присвятили свою працю ідентифікації передумов побудови «сильних» систем управління персоналом. С. Аммірато, А. М. Фелісетті, Р. Лінцалоне, В. Корвелло, С. Кумар (Ammirato, Felicetti, Linzalone, Corvello, & Kumar, 2023) оцінили зміни в системі управління людськими ресурсами в контексті цифрової економіки, Індустрії 4.0. Л. Стірпе, С. Профілі та А. Самарра (Stirpe, Profili, & Sammarra, 2022) дослідили причинно-наслідкові зв'язки між задоволеністю працівників роботою з персоналом та їхньою професійною і додатковою ефективністю, опосередкованою залученістю в управління. Р. Г'юетт та А. Шанц (Hewett, & Shantz, 2021) довели позитивний ефект для підприємства від HR-співтворчості, коли в розробку кадрових практик залучені не тільки HR менеджери,

але й безпосередньо стейкхолдери. Дж. Мак-Макін та М. Хеффернан (McMaskin, & Heffernan, 2021) вказують на відсутність активності щодо запровадження на практиці підходу гнучкого управління персоналом (Agile HR), служби управління персоналом ігнорують можливості даного підходу для удосконалення стратегії HR-менеджменту. Д. Сельма, Е. Мартінес-Гарсія, Х. М. Рая (Selma, Martinez-Garcia, & Raya, 2018) на підставі емпіричного аналізу довели позитивний ефект для благополуччя працівників на роботі від застосування практик управління людськими ресурсами на засадах корпоративної соціальної відповідальності. К. дель-Кастільо-Фейто, А. Бланко-Гонсалес, Ф. Ернандес-Перлінес (Del-Castillo-Feito, Blanco-González, & Hernández-Perlones, 2022) довели, що легітимність підприємства залежить також і від ступеню його соціальної інтегрованості зсередини. Управління персоналом, тобто внутрішніми стейкхолдерами, на засадах корпоративну соціальну відповідальність мало позитивний ефект на організаційну легітимність.

Методологія дослідження. Дане дослідження проведене в руслі фундаментального питання в сфері управління персоналом: як досягти компромісу між інтересами компанії та інтересами працівників. Традиційний підхід до управління персоналом, так званий жорсткий підхід, передбачає максимальну концентрацію на результатах та ефективності діяльності підприємства. Основні роботи по дослідженню HR менеджменту присвячувались оптимізації кадрових ресурсів для досягнення поставлених цілей компанією. Добробут працівників розглядався в якості доповнення до основної мети дослідження.

З часом збільшилась кількість наукових ро-

біт, присвячених оцінці врахування підприємством потреб працівників, з'явилося поняття «етичний підхід до управління персоналом».

Людиноцентричний підхід отримав значне розповсюдження в дослідженнях управлінських систем. Наразі панує базова парадигма: закриті потреби та задоволення інтересів працівників сприяють підвищенню результативності та ефективності функціонування компанії.

Для досягнення мети та виконання поставлених завдань використовувались наступні методи дослідження: методи аналізу та синтезу для відбору новацій в HR менеджменті з людиноцентричним підходом; діалектичний метод для визначення перешкод чи ускладнень застосування новацій HR менеджменту вітчизняними підприємствами.

Основні результати. Зміщення акцентів у системі управління персоналом з задоволення виключно інтересів підприємства до компромісного рішення щодо поєднання цілей ефективного функціонування підприємства та добробуту працівників дозволило надати перевагу більш гнучким підходам, методам та інструментам. Серед новацій, які з'явилися в міжнародній практиці HR менеджменту, були взяті до уваги лише людиноцентричні підходи.

Під персоналізованим управлінням персоналом можна розуміти застосування різних, нешаблонних кадрових практик для різних працівників організації/підприємства /установи. В персоналізованому управлінні персоналом доцільно виокремити три складові: індивідуальні рекомендації; індивідуальний вибір працівником опцій з управління персоналом; персоналізовані кадрові практики. Розбивка інструментарію персоналізованого управління персоналом по функціям HR менеджменту наведена на рис. 2.



Рис. 1. Новації в управлінні персоналом, орієнтованого на працівника
Fig. 1. Innovations in employee-centred HR management

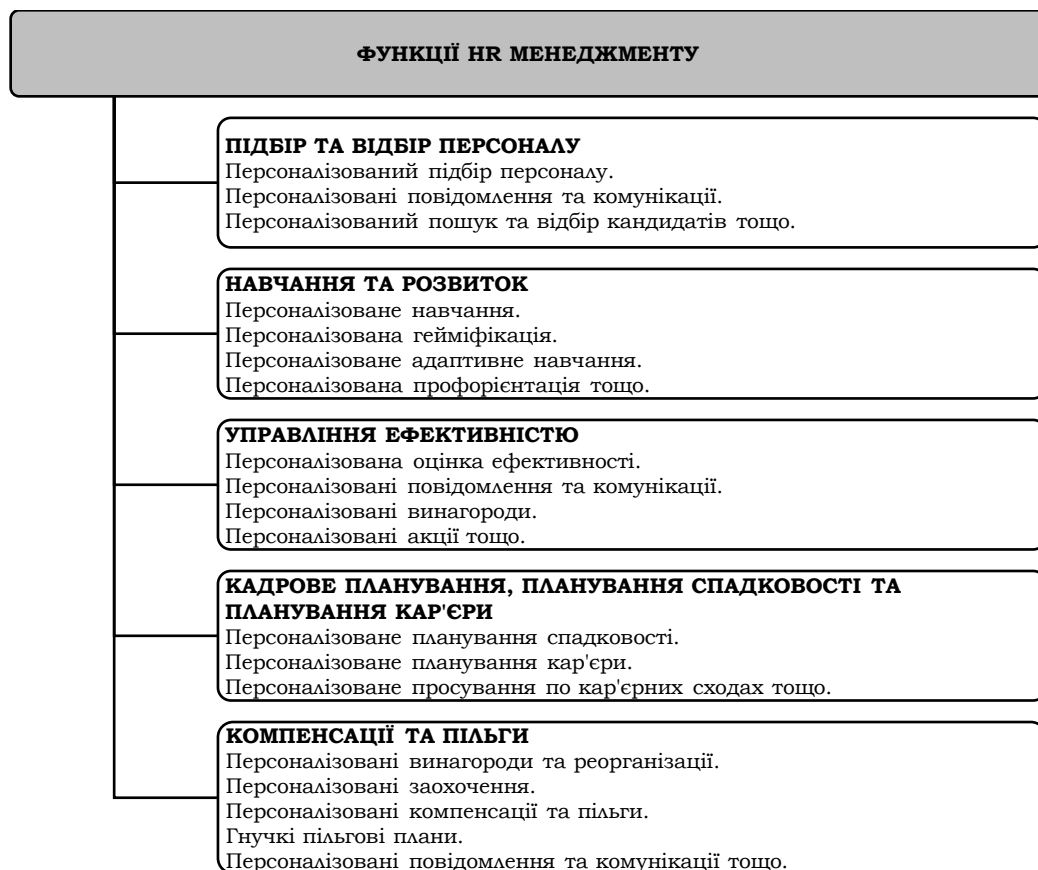


Рис. 2. Приклади персоналізованого HR менеджменту

Fig. 2. Examples of personalized HRM

Джерело: зведено за даними (Huang, Yang, Zheng, Feng, & Zhang, 2023)

Персоналізоване управління персоналом – це надзвичайно гнучка практика кадрового управління, яка дозволяє максимально задовільнити індивідуальні інтереси працівників. Забезпечення такого підходу у власній системі HR менеджменту може надавати конкурентні переваги підприємству.

Серед недоліків та проблем застосування персоналізованого управління персоналом можна зазначити брак часу та працівників кадрового підрозділу для підбору індивідуальної стратегії управління кожним працівником, якщо підприємство є середнім або великим за розмірами. За рекомендації (Huang, Yang, Zheng, Feng, & Zhang, 2023) даний підхід повинен базуватися на використанні HR-аналітики та штучного інтелекту.

Другий підхід, який отримав міжнародне визнання, базується на імплементації засад корпоративної соціальної відповідальності в управління персоналом. Кожна практика, захід з управління персоналом оцінюється з точки зору трьох складових добробуту працівника: задоволеність роботою (суб'єктивне оцінювання працівником), стан фізичного та ментального здоров'я (стрес на роботі), довіра до керівництва (рівень легітимізації рішень керівництва працівниками компанії).

Д. Сельма, Е. Мартінес-Гарсія, Х. М. Рая

(Celma, Martinez-Garcia, & Raya, 2018) на підставі емпіричного аналізу встановили, що серед трьох перелічених складових добробуту працівника практики управління персоналом спричиняли найбільший ефект на задоволеність роботою та на довіру до керівництва. Сприяли підвищенню рівня задоволеності роботою наступні практики управління персоналом: наявність довгострокового або безстрокового контракту; командна робота; відсутність дискримінації за будь-якою характеристикою; однакові можливості кар'єрного росту для працівників з дітьми та без; забезпечення безпечних, екологічних умов праці. Довіра до керівництва зростає із підтвердженням недискримінаційного характеру робочих відносин та активним запровадженням практик, пов'язаних з мінімізацією ризиків при виконанні службових обов'язків.

Перешкодою на шляху імплементації засад корпоративної соціальної відповідальності в управління персоналом може стати складність оцінки добробуту працівників. Потрібно виважено підійти до формування системи прямих та непрямих індикаторів задоволеності працівників для отримання правдивої оцінки.

HR-співтворчість представляє собою спільний процес формування та застосування практик управління персоналом HR-

менеджерами та стейкхолдерами, в результаті якого утворюється цінність. Спільно створені HR-практики характеризуються здатністю максимізувати цінність в масштабах бізнес-структури завдяки врахуванню інтересів не тільки роботодавця та працівника, але й інших стейкхолдерів (див. табл. 1).

HR-співтворчість, як процес, може бути розкладена на дві компоненти:

1) спільне використання – надання відгуків про досвід використання практик управління персоналом. Збираються різнопланові відгуки, як позитивні, так і висвітлюючі проблеми. Налагодження зворотнього зв'язку може бути реалізовано як стейкхолдерами, так і відділом кадрів. Узагальнення відгуків стає підставою для розробки нових практик управління персоналом;

2) спільне проектування передбачає розробку нових практик управління персоналом на підставі об'єднання досвіду та знань зацікавлених сторін та представників відділу кадрів.

Перешкодою на шляху запровадження підходів HR-співтворчості може стати доволі патріархальне товариство, для якого характерне імплементація новацій згори-донизу, а не конструювання нових практик управління персоналом із залученням сторонніх, відносно компанії, осіб.

Четвертим запропонованим підходом-новацією є Agile HR. Це операційна стратегія, яка передбачає організацію роботи з управління персоналом у відокремлених та уповно

важених командах фахівців. Особливістю роботи таких команд стає максимальна відкритість до комунікації, швидкі прийняття рішень при зміні умов чи отриманні негативного результату, розбивка часу на короткострокові звітні періоди, апробація ідей через пілотні проекти. Agile HR – це в першу чергу про гнучкість управління: підлаштування структури під потреби; зміна ролей, методів, підходів; відсутність шаблонності у поведінці HR-менеджерів тощо.

Зауважимо, що Agile HR не повинен протиставлятися стратегічному менеджменту персоналу, а узгоджуватися з ним та організаційною стратегією. Гнучке управління персоналом є логічним, еволюційним етапом трансформації операційної стратегії управління персоналом. Дж. МакМакин та М. Хеффернан (McMackin, & Heffernan, 2021) встановили, що на теперішній час існує суттєвий розрив між рекомендаціями щодо запровадження Agile HR, наданими науковою спільнотою, та практиками, що реалізуються відділами кадрів. Даний розрив можна подолати тільки через налагоджену комунікацію між академічними колами та практиками з HR менеджменту. На сучасному етапі розвитку економіки HR-менеджери можуть стикатися з обмеженнями, що закладені в традиційних підходах до операційної стратегії управління персоналом. При появі нових викликів у сфері управління персоналом переваги щодо вироблення дієвого управлінського рішення будуть у Agile HR.

Таблиця 1. Приклади стейкхолдерів у сфері управління персоналом, типи потреб та способи їх задоволення шляхом самостійного використання практик управління персоналом (Hewett, & Shantz, с. 3, 2021)

Table 1. Examples of HR stakeholders, types of needs, and how needs can be satisfied through independent use of HR practices (Hewett, & Shantz, p. 3, 2021)

Група(и) користувачів	Приклад потреби	Приклад того, як створюється незалежна цінність від використання практики управління персоналом
Працівники	Зростання та розвиток	Відвідує атестації та індивідуальні зустрічі для отримання зворотного зв'язку та обговорення можливості для розвитку.
Лінійні менеджери	Ефективні працівники	Надає зворотній зв'язок та проводить навчання на робочому місці, щоб забезпечити належну кваліфікацію працівників для виконання роботи.
Менеджери середньої ланки	Мотивована та високопродуктивна команда	Забезпечує одноразовий командний бонус за виняткову продуктивність команди, щоб мотивувати подальшу командну роботу.
Керівники вищої ланки	Реагування на бізнес	Бере участь у плануванні робочої сили для визначення потреб у навичках та ресурсах на наступні 1 - 5 років.
Профспілки	Справедлива оплата праці працівників	Бере участь у колективних переговорах для узгодження підвищення заробітної плати з метою забезпечення справедливої та рівноправної рівня оплати праці працівників.
Акціонери, довірені особи, члени правління	Дивіденди; вартість акцій; відшкодування	Забезпечує зворотний зв'язок щодо винагород керівників, щоб допомогти їм краще узгоджувати свої дії з бізнес-цілями та покращувати організаційні показники.
Клієнти, споживачі	Високоякісне обслуговування	Забезпечує зворотний зв'язок щодо роботи співробітників, які працюють з клієнтами, під час взаємодії через скриньку для пропозицій з метою для покращення обслуговування. На відгуки реагують, покращуючи таким чином обслуговування клієнтів.
Сім'я працівника	Стабільне сімейне життя	Партнер домовляється з працівником про те, як використовувати політику гнучкого графіку роботи для колективного вирішення сімейних проблем і створення позитивного сімейного життя.
Місцева громада	Можливості працевлаштування	Члени громади подають заявки на роботу через колективне позитивне ставлення до компанії через хороші умови праці.
Постачальники	Поточний бізнес	Дотримується вимог фірми щодо справедливих умов праці, створюючи безпечні та справедливі умови праці робочі місця в інших країнах.

Головною перешкодою на шляху запровадження Agile HR може стати небажання зміни організаційної структури управління персоналом, а також небажання персоналу відмовитись від шаблонних рішень.

Висновки. Узагальнюючи результати проведеного дослідження, можна зазначити наступне: існує розбіжність у дослідженні проблематики управління персоналом в вітчизняних наукових працях та іноземній науковій думці. Останні дослідження українських науковців пов'язані з оцінкою міжнародного досвіду HR-практик, адаптації вітчизняних систем управління персоналом до зовнішніх викликів (війна, пандемія тощо). Іноземні праці присвячені розкриттю теоретичних та практичних засад застосування нових

HR-практик, емпіричному дослідженню результативності та ефективності їх запровадження, розбору кейсів. В світлі поширення в HR менеджменті тренду на врахування інтересів працівника, забезпечення його добробуту були відібрані наступні новітні практики управління персоналом для їх впровадження на вітчизняних підприємствах: персоналізоване управління людськими ресурсами; управлінські практики на засадах корпоративної соціальної відповідальності; HR-співтворчість; Agile HR.

Перспективи подальших досліджень в тематиці даної статті пов'язані із оцінкою готовності вітчизняних підприємств запроваджувати новачки в сфері HR менеджменту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кустріч Л. О. Інноваційні методи управління персоналом на підприємствах. *Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва*. 2022. Вип. 100(2). С. 250-262. DOI: <https://doi.org/10.31395/2415-8240-2022-100-2-250-262>
2. Кустріч Л. О. Управління персоналом: тренди та інноватика. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 12. С. 20-25. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.12.20>
3. Седікова І. О., Козак К. Б., Седіков Д. В. Управління персоналом в умовах глобальних інформаційних процесів. *Економіка харчової промисловості*. 2022. Т. 14, Вип. 2. С. 51-57. DOI: <https://doi.org/10.15673/fe.v14i2.2324>
4. Потьомкіна О. В., Гордійчук А. І. Трансформація системи управління персоналом підприємства в умовах цифровізації економіки. *Економічні науки. Серія : Регіональна економіка*. 2022. Вип. 19. С. 217-224. DOI: [https://doi.org/10.36910/2707-6296-2022-19\(75\)-26](https://doi.org/10.36910/2707-6296-2022-19(75)-26)
5. Ольшанський О. В., Шкробот М. В., Дідур Г. І., Шевченко О. М. Стратегічні інноваційні напрями управління персоналом організації на основі компетентнісного підходу в умовах фінансових, міграційних ризиків, діджиталізації та сталого розвитку. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2022. № 2. С. 144-152. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6610324>
6. Бабчинська О. І. Детермінанти управління розвитком персоналу інноваційно-активного підприємства. *Ефективна економіка*. 2022. № 10. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.10.7>
7. Шацька З. Я. Актуальні підходи до управління персоналом підприємства в умовах воєнного стану. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2022. № 10. С. 100-105.
8. Cayrat Ch., Boxall P. The roles of the HR function: A systematic review of tensions, continuity and change. *Human Resource Management Review*. 2023. Vol. 33, Issue 4. 100984. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.hrmmr.2023.100984>
9. Bornay-Barrachina M., Guerrero-Villegas J., López-Fernández M., Ruiz-Rodríguez M. Pressures for sustainability and strategic responses on employment relationships: The role of the HR manager. *European Research on Management and Business Economics*. 2023. Vol. 29, Issue 2. 100219. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2023.100219>
10. Huang X., Yang F., Zheng J., Feng C., Zhang L. Personalized human resource management via HR analytics and artificial intelligence: Theory and implications. *Asia Pacific Management Review*. 2023. Vol. 28, Issue 4. Pp. 598-610. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2023.04.004>
11. Meijerink J., Bondarouk T. The duality of algorithmic management: Toward a research agenda on HRM algorithms, autonomy and value creation. *Human Resource Management Review*. 2023. Volume 33, Issue 1. 100876. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.hrmmr.2021.100876>
12. Akkermans J., Collings D. G., da Motta Veiga S. P., Post C., Seibert S. Toward a broader understanding of career shocks: Exploring interdisciplinary connections with research on job search, human resource management, entrepreneurship, and diversity. *Journal of Vocational Behavior*. 2021. Volume 126. 103563. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2021.103563>
13. Yokoyama M. H. How social network sites (SNS) have changed the employer-employee relationship and what are the next challenges for human resource (HR)? *REGE - Revista de Gestão*. 2016. Volume 23, Issue 1. Pp. 2-9. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.rege.2015.11.001>
14. Sanders K., Nguyen Ph. T., Bouckennooghe D., Rafferty A. E., Schwarz G. Human resource management system strength in times of crisis. *Journal of Business Research*. 2023. Volume 171. 114365. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114365>
15. Ammirato S., Felicetti A. M., Linzalone R., Corvello V., Kumar S. Still our most important asset: A systematic review on human resource management in the midst of the fourth industrial revolution. *Journal of Innovation & Knowledge*. 2023. Volume 8, Issue 3. 100403. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100403>
16. Stirpe L., Profili S., Sammarra A. Satisfaction with HR practices and employee performance: A moderated mediation model of engagement and health. *European Management Journal*. 2022. Volume 40, Issue 2. Pp. 295-305. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.emj.2021.06.003>
17. Hewett R., Shantz A. A theory of HR co-creation. *Human Resource Management Review*. 2021. Volume 31, Issue 4. 100823. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.hrmmr.2021.100823>
18. McMackin J., Heffernan M. Agile for HR: Fine in practice, but will it work in theory? *Human Resource Management Review*. 2021. Volume 31, Issue 4. 100791. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.hrmmr.2020.100791>
19. Celma D., Martinez-Garcia E., Raya J. M. Socially responsible HR practices and their effects on employees' wellbeing: Empirical evidence from Catalonia, Spain. *European Research on Management and Business Economics*. 2018. Volume 24, Issue 2. Pp. 82-89. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.12.001>

20. Del-Castillo-Feito C., Blanco-González A., Hernández-Perlines F. The impacts of socially responsible human resources management on organizational legitimacy. *Technological Forecasting and Social Change*. 2022. Volume 174. 121274. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121274>

Стаття надійшла до редакції 04.10.2023 р.

Стаття рекомендована до друку 10.11.2023 р.

Svitlana Babych*, PhD (Economics), Associate Professor
babych@karazin.ua
<https://orcid.org/0000-0002-1081-7685>

Dmytro Babych*, D.Sc. (Economics), Professor
babych@karazin.ua
<https://orcid.org/0000-0003-0562-3242>

* V.N. Karazin Kharkiv National University, 4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine

TRENDS IN HR MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE

Abstract. The purpose of this article is to assess the possibility of introducing new approaches to personnel management into domestic practice. Summarizing the results of the study, we can note the following: there is a discrepancy in the study of HR management issues in domestic scientific works and foreign scientific thought. Recent studies by Ukrainian scholars are related to the assessment of international experience in HR practices, adaptation of domestic HR systems to external challenges (war, pandemic, etc.). Foreign works are devoted to the disclosure of the theoretical and practical foundations of the application of new HR practices, empirical research of the effectiveness and efficiency of their implementation, and case studies. In the light of the trend in HR management to take into account the interests of the employee and ensure his/her well-being, the following newest HR practices have been selected for implementation in domestic enterprises: personalized human resource management; management practices based on corporate social responsibility; HR co-creation; Agile HR. Among the disadvantages and problems of applying personalized human resource management is the lack of time and personnel in the HR department to select an individual management strategy for each employee if the company is medium or large in size. The difficulty of assessing employee well-being can be an obstacle to implementing the principles of corporate social responsibility in human resources management. It is necessary to take a balanced approach to the formation of a system of direct and indirect indicators of employee satisfaction to obtain a true assessment. A rather patriarchal society, which is characterised by top-down implementation of innovations rather than the design of new HR management practices with the involvement of outsiders, may be an obstacle to the introduction of HR co-creation approaches. The main obstacle to the introduction of Agile HR may be the reluctance to change the organisational structure of HR management, as well as the reluctance of staff to abandon template solutions. Prospects for further research in the subject of this article are related to the assessment of the readiness of domestic enterprises to introduce innovations in the field of HR management.

Keywords: **HR Management, HR Practices, Personalized Human Resource Management, Corporate Social Responsibility; HR Co-creation; Agile HR.**

JEL Classification: J53; M12; M14.

REFERENCES

1. Kustrich, L. O. (2022). Innovative methods of personnel management at enterprises. *Collected Works of Uman National University of Horticulture*, 100(2), 250-262. doi: <https://doi.org/10.31395/2415-8240-2022-100-2-250-262> (in Ukrainian)
2. Kustrich, L. (2023). HR-management: trends and innovations. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, 12, 20-25. doi: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.12.20> (in Ukrainian)
3. Sedikova, I., Kozak, K., & Sedikov, D. (2022). Personnel management in conditions of global information processes and war. *Food Industry Economics*, 14(2), 51-57. doi: <https://doi.org/10.15673/fie.v14i2.2324> (in Ukrainian)
4. Potiomkina, O., & Gordiichuk, A. (2022). Transformation of the personnel management system of the enterprise in the conditions of digitalization of the economy. *Economic Sciences. Series "Regional Economy"*, 19, 217-224. doi: [https://doi.org/10.36910/2707-6296-2022-19\(75\)-26](https://doi.org/10.36910/2707-6296-2022-19(75)-26) (in Ukrainian)
5. Olshanskyi, O.V., Shkrobot, M.V., Didur, H.I., Shevchenko, O. M. (2022). Strategic innovative directions of personnel management of the organization on the basis of the competence approach in the conditions of financial, migration risks, digitalization and sustainable development. *Formation of market relations in Ukraine*, 2, 144-152. doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6610324> (in Ukrainian)
6. Babchynska, O. (2022). Determinants personnel development management of an innovatively active enterprise. *Efektivna ekonomika*, 10. doi: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.10.7> (in Ukrainian)

7. Shatskaya, Z. (2022). Current approaches to the management of enterprise staff under the conditions of the state of war. *Formation of market relations in Ukraine*, 10, 100-105. (in Ukrainian)
8. Cayrat, Ch., & Boxall, P. (2023). The roles of the HR function: A systematic review of tensions, continuity and change. *Human Resource Management Review*, 33(4), 100984. doi: <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2023.100984>
9. Bornay-Barrachina, M., Guerrero-Villegas, J., López-Fernández, M., & Ruiz-Rodríguez, M. (2023). Pressures for sustainability and strategic responses on employment relationships: The role of the HR manager. *European Research on Management and Business Economics*, 29(2), 100219. doi: <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2023.100219>
10. Huang, X., Yang, F., Zheng, J., Feng, C., & Zhang, L. (2023). Personalized human resource management via HR analytics and artificial intelligence: Theory and implications. *Asia Pacific Management Review*, 28(4), 598-610. doi: <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2023.04.004>
11. Meijerink, J., & Bondarouk, T. (2023). The duality of algorithmic management: Toward a research agenda on HRM algorithms, autonomy and value creation. *Human Resource Management Review*, 33(1), 100876. doi: <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2021.100876>
12. Akkermans, J., Collings, D. G., da Motta Veiga, S. P., Post, C., & Seibert, S. (2021). Toward a broader understanding of career shocks: Exploring interdisciplinary connections with research on job search, human resource management, entrepreneurship, and diversity. *Journal of Vocational Behavior*, 126, 103563. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2021.103563>
13. Yokoyama, M. H. (2016). How social network sites (SNS) have changed the employer–employee relationship and what are the next challenges for human resource (HR)? *REGGE - Revista de Gestão*, 23(1), 2-9. doi: <https://doi.org/10.1016/j.rege.2015.11.001>
14. Sanders, K., Nguyen, Ph. T., Bouckenooghe, D., Rafferty, A. E., & Schwarz, G. (2023). Human resource management system strength in times of crisis. *Journal of Business Research*, 171, 114365. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114365>
15. Ammirato, S., Felicetti, A. M., Linzalone, R., Corvello, V., & Kumar, S. (2023). Still our most important asset: A systematic review on human resource management in the midst of the fourth industrial revolution. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(3), 100403. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100403>
16. Stirpe, L., Profili, S., & Sammarra, A. (2022). Satisfaction with HR practices and employee performance: A moderated mediation model of engagement and health. *European Management Journal*, 40(2), 295-305. doi: <https://doi.org/10.1016/j.emj.2021.06.003>
17. Hewett, R., & Shantz, A. (2021). A theory of HR co-creation. *Human Resource Management Review*, 31(4), 100823. doi: <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2021.100823>
18. McMackin, J., & Heffernan, M. (2021). Agile for HR: Fine in practice, but will it work in theory? *Human Resource Management Review*, 31(4), 100791. doi: <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2020.100791>
19. Celma, D., Martínez-García, E., & Raya, J. M. (2018). Socially responsible HR practices and their effects on employees' wellbeing: Empirical evidence from Catalonia, Spain. *European Research on Management and Business Economics*, 24(2), 82-89. doi: <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.12.001>
20. Del-Castillo-Feito, C., Blanco-González, A., & Hernández-Perlines, F. (2022). The impacts of socially responsible human resources management on organizational legitimacy. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121274. doi: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121274>

The article was received by the editors 04.10.2023.

The article is recommended for printing 10.11.2023.

ФІНАНСИ

DOI: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-06>

UDC 336.02

Olena Golovko*

PhD (Economics), Associate Professor

olena.golovko@karazin.ua

<https://orcid.org/0000-0001-6502-4562>

Nataliya Tretiak

Ph.D (Economics), Associate Professor

Ivan Franco National University of Lviv,

1, Universytetska Str., Lviv, 79000, Ukraine

natali_m2008@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-9457-2645>

Kateryna Oriekhova*

PhD (Economics), Associate Professor

oriekhova@karazin.ua

<https://orcid.org/0000-0003-0214-2750>

* V.N. Karazin Kharkiv National University, 4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine

IMPLEMENTATION FEASIBILITY OF ENTERPRISE FINANCIAL CONTROLLING

Abstract. In modern economic conditions, in order to ensure the viability of entrepreneurial activity, it is necessary to apply a high degree of rationality and systematicity in the management of own and borrowed financial resources. Enterprises must skillfully determine their strategy and tactics of actions on the market, carefully plan and control their activities to achieve specific goals. They include increasing the efficiency of operations, increasing the total value of the enterprise, ensuring the growth of the welfare of shareholders and owners, maximizing financial results, minimizing losses, ensuring long-term liquidity and financial stability, as well as implementing a financial control policy. Controlling, unlike other management systems, covers the entire process of enterprise management, starting with the formulation of strategy, development of plans and budgets, and ending with the analysis of deviations of actual results from the set goals of the enterprise. To improve the formation and functioning of the financial controlling system, it is advisable to introduce a balanced system of indicators. It allows to identify and correct weak points in the economic activity of the enterprise, to find out the possibility of preventing the deterioration of the financial condition, to determine the main reasons with the help of cause-and-effect relationship of financial indicators, to improve investment and innovation activities. The purpose of the article is to substantiate the expediency of implementing a financial controlling system at the enterprise in modern business conditions. The article developed a system of balanced indicators for «HSMEP» LLC. Based on the analysis, it was determined that the concept of value-oriented enterprise management should be implemented at the enterprise of «HSMEP» LLC. This will allow you to get an effective management method, with which you can improve planning, increase the efficiency of operations, as well as the ability to achieve a gradual increase in the value of the enterprise. Such a management system will make it possible to bring corporate management to a higher and more modern level. Calculated level scientific and practical effectiveness implementation of the balanced scorecard is 56%. This indicates a sufficient level of effectiveness of the provided recommendations and proposals, which provide an opportunity to improve the indicators of the company's financial condition and ensure its competitiveness both on the Ukrainian and international markets.

Keywords: **Financial Controlling, Liquidity, Financial Stability, Finances, Clients, Organizational Structure, Financial Development.**

JEL Classification: G32; M21; P12.

In cites: Golovko, O., Tretiak, N., & Oriekhova, K. (2023). Implementation feasibility of enterprise controlling. *Social Economics*, 66, 49-59. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-06>

Introduction. In the conditions of the functioning of the market economy and the growth of the financial crisis, modern enterprises need a thorough study and control of the financial condition to maintain the proper level of their development. Because the problem of effective management actually turns into a problem of ensuring the survival of the enterprise. In order to survive, they need to correctly define their strategy and tactics of behavior on the market, as well as systematically manage their activities in order to increase efficiency, increase the value of the enterprise, increase the welfare of shareholders and business owners, maximize the financial result, minimize losses, ensure long-term liquidity and solvency and, of course, implement a financial controlling policy. A special feature is that it combines economic analysis, planning and management accounting. It can be said that controlling covers the entire management process from strategy formulation, development of plans and budgets to analysis of deviations of actual results from the determined goals of the enterprise.

The purpose of the article is to generalize the necessity and expediency of implementing a financial controlling system at the enterprise in modern business conditions. Introduction of the system of balanced indicators and the introduction of the position of financial controller in order to improve the performance indicators of the enterprise.

The purpose research is a justification of the feasibility of implementing a financial controlling system at the enterprise in modern business conditions.

To achieve the goal, the following tasks were set and solved:

- carry out an analysis of the financial state of the enterprise;
- perform an analysis of the state of financial controlling at the enterprise;
- to implement a financial controlling system at «HSMEP» LLC;
- evaluate directions for improving the organization of financial controlling at the enterprise.

The object of research there is a process of implementing a financial controlling system at the enterprise. The subject of the study is the theoretical foundations and applied aspects of the implementation of the financial controlling system at the enterprise in modern economic conditions.

Literature review. The problems of the essence and effectiveness of financial controlling were investigated in their works by such foreign and domestic scientists as: N. A. Ishchenko (2022), A. G. Korbutyak, Yu. O. Shevchuk (2021), L. D. Kostakova (2021), Yu. V. Masyuk, G. S. Mamchur (2021), Yu. M. Nikolchuk, O. O. Lopatovska (2021), L. V. Ivanchenkova,

S. V. Stepanenko, O. O. Yevtushevskaya (2022).

Let us consider the main methods of financial controlling and the possibility of their use:

Benchmarking is a method based on a comparative analysis of the studied indicators in an enterprise with similar values of another enterprise or section (Ishchenko, 2022). Benchmarking does not focus on a specific indicator, but rather examines everything that needs to be improved. For example, corporate culture, business processes, etc. It is useful for those who need internal changes and are in a crisis situation. The purpose of benchmarking is to identify and improve individual departments of the company, comparing them with competitors. It is used for both small companies and large enterprises. Considering the essence, the advantages of this method immediately emerge. Firstly, it is the optimisation of work processes and the creation of a new business development plan. But there are also disadvantages. Let's look at them in more detail:

1. Searching for a company is a difficult process that requires resources.
 2. The need to use the services of specialists.
 3. Stimulating significant changes in the company that may cause employee dissatisfaction.
 4. Lack of clear rules and strategies for benchmarking.
 5. Research and improvement takes time.
- This method is not suitable for companies that want to improve their operations instantly.

If you manage your company's benchmarking system wisely, many shortcomings will not be a problem.

The next method is cost analysis. This controlling method involves examining the functional characteristics of products related to a particular production for equivalence of their cost and utility (Korbutyak & Shevchuk, 2021). That is why the main focus is on the functional and cost parameters of the manufactured products. In the course of implementing the method, product functions are classified into main, additional and unnecessary ones, and proposals are made to minimise the cost of implementing each function. Cost analysis, as a controlling method, is one of the most effective tools used to reduce production costs and material costs. The analysis takes into account product characteristics and costing items to identify cost reduction reserves. It is worth noting that the analysis is applied not only to products, but also to individual structural units (cost centres) or production processes. As a rule, cost analysis is usually combined with other controlling methods in the operation of an enterprise. This is especially true of the benchmarking method, ABC analysis and SWOT analysis. And the results of the assessment of strengths and weaknesses are the basis for selecting the objects of value analysis.

Factor analysis of deviations is a tool for assessing the performance of a cost centre. Timely monitoring and analysis of deviations in the course of the company's operations allows you to adjust the company's management system (Kostakova, 2021). The main purpose of factor analysis is to assess in detail the cause of the deviation and its subsequent evaluation. This is usually done using the chain substitution method. And the next task is to develop recommendations for eliminating the identified problems. The calculation is performed to analyse the long-term strategic development programmes of the enterprise.

The break-even point analysis method is a calculation of the minimum sales volume that ensures break-even operations of an enterprise in the short term. The break-even point only meets the requirements when the revenue from sales corresponds to the total gross costs of production and sales.

The portfolio analysis method allows to improve strategic planning at the enterprise by means of developed strategies (Masyuk & Mamchur, 2021; Nikolchuk & Lopatovska, 2021). The idea is to assess the optimality of an investment portfolio, taking into account risk and return conditions. Based on this, the company will be able to make more informed decisions.

The survey method, the essence of which is to interview employees of all structural units in order to correctly diagnose weaknesses in the enterprise. The main goal is to find ways to improve the functioning of indicators at the enterprise and improve its condition. The main conditions for the successful use of this method are the following:

1. The company's management should also be involved.
2. Issues agreed with management in advance.
3. Willingness to accept criticism and employee feedback.
4. Voluntary participation in the survey.
5. Ensuring anonymity.
6. Based on the results of the survey, certain measures should be developed to improve the functioning of the enterprise.

SWOT analysis is considered the most effective of all financial controlling methods. Its essence lies in identifying the strengths and weaknesses of an enterprise using a four-sided matrix. It helps to identify the advantages of the company's operation, its weaknesses, opportunities and threats. A SWOT analysis helps to eliminate weaknesses, neutralise risks, identify priority areas for enterprise development and ways to use the existing potential.

An effective financial controlling tool is ABC analysis, the essence of which is to identify and evaluate a small number of quantitative values that are the most valuable and have the largest

share in the total set of value indicators. Simplicity of implementation is the main advantage of this method (Ivanchenkova, Stepanenko, & Yevtushevska, 2022). There are also disadvantages. This is not an accurate assessment of seasonal fluctuations in sales, incorrect results due to insufficient data for analysis. If we consider this method in practice, every company, both large and medium-sized, can use ABC analysis. Group X – stable demand for the product, Group Y – sales volume has various trends, Z – sales volume of the product cannot be predicted. Using this method of controlling, it is very easy to draw up procurement and production plans for a particular type of product.

Thus, the introduced methods of financial controlling will allow timely detection of problems in the process of enterprise functioning and will allow to understand exactly what methods should be used to solve problems. As a result, we will be able to obtain effective management of the financial condition of the enterprise.

However, there are still many unexplained points and contradictions related not only to the interpretation of the very essence of financial controlling, but also to the effectiveness and expediency of its use in the process of functioning of modern enterprises.

Main research material. The purpose of introducing controlling at the enterprise is to support and help management in the process of making management decisions. He takes the place of an intermediary in the process of obtaining information and making decisions. Therefore, the place of controlling is at the intersection of the process of obtaining information and making management decisions, while connecting all management functions and providing feedback between them, minimizing the intervention of top managers in the current process.

In connection with the deepening of the financial crisis, in a situation of shortage of funds, taking into account the state in which enterprises are currently functioning, the use of controlling as an effective management system is quite relevant. Controlling is one of the newest areas of information and economic development of the enterprise (Krylenko, Danik, & Kolchenko, 2019). In modern economic conditions, the interest in it is manifested to an increasing extent, which is caused by the appearance of a significant number of translated publications on accounting, finance, pricing, etc. With the help of financial controlling, it is possible to solve such traditional problems of enterprise management as uncontrolled receivables, weak cost management, incorrect determination of the profitability of branches and types of business, and the payment of unreasonably high taxes to local and national budgets. There are different approaches to defining the essence of

financial controlling. They are similar to each other and differ only in individual components. Therefore, most scientists under the mentioned category understand the system of financial management of the development of economic units from the point of view of forecasting mechanisms and tools for achieving a stable financial state (Masyuk & Mamchur, 2021). The main purpose of controlling is: orientation of the enterprise management system to achieve the set goal; assistance in determining the financial condition of the enterprise, new directions of its development and the level of adaptation to market conditions; directing the company's activities to achieve both operational and strategic goals; orientation of the management process on maximizing profit and the value of the owners' capital while minimizing risk and maintaining the liquidity and solvency of the enterprise (Vinnytska, 2022).

Research methodology. The choice of target values of strategic indicators directly depends on the financial condition of the enterprise and is determined only after its analysis. The implementation of the controlling system is a complex process that requires a systematic approach to making changes, as well as the presence of financial stability and a certain level of readiness for changes both in the structure of the organization as a whole and in the specific job duties of employees. That is why, even before the design stage, the top management of the enterprise must have information about problem areas of activity, which, as a result, can negatively affect the implementation of the controlling system.

So, we can state that the assessment of readiness is an initial and extremely important stage that allows the most effective implementation of possible structural changes at the enterprise. Therefore, we will assess the readiness and necessity of implementing a controlling system at the enterprise.

Main results. The basis of the study was the limited liability company «Kharkiv Specialized Installation and Operation Enterprise»

(hereinafter «HSMEP» LLC), which specializes as a performer of complex works on the design, installation and reconstruction of electrical networks, lighting systems in residential buildings, offices, and enterprises various branches of industry, including those with increased requirements for power supply and lighting. The enterprise has enough experience and the corresponding material and technical capabilities in order to competently perform work on internal and external energy supply of residential buildings, offices, social facilities of cultural purpose, warehouses, industrial facilities; external lighting of industrial sites, parking lots, terminals, parks, squares, streets; decorative and artistic lighting (Gogol & Dmytrenko, 2019).

In order to confirm the necessity of implementing a financial controlling system, it is necessary to assess the financial condition of the enterprise over the past three years. To assess the solvency and liquidity of «HSMEP» LLC, such indicators as the ratio of total, absolute and quick liquidity were calculated (table 1). The obtained liquidity indicators indicate a positive trend in the enterprise regarding the state of solvency.

The financial stability of the enterprise is one of the most important characteristics of the financial state of the enterprise. It is related to the level of dependence on creditors and investors and, in general, is characterized by the ratio of own and borrowed funds, which forms a general assessment of the financial stability of the enterprise. Next, we will assess the financial stability of the enterprise (table 2). After analyzing the data, we can see that the enterprise is financially independent, this is evidenced by the autonomy indicator (more than 0.5), but it is not financially stable, because the indicators do not correspond to the normative value. The coefficient of financial risk corresponds to the normative value, but is not normal. Because it is considered normal when only a third of the company's assets are formed at the expense of raised capital. The coefficient of maneuverability shows us that the financial condition is deteriorating, as the calculated values go down.

Table 1. Liquidity indicators of «HSMEP» LLC for 2020-2022

Indicator	Year			Normative value
	2020	2021	2022	
Absolute liquidity ratio	348,3/4 585,0= =0,08	2 128,8/5171,6= =0,41	820,5/3714,5= =0,22	0,2-0,4
Quick liquidity ratio	6317,8- -1304,9/4585,0= =1,09	7816,6- -1581,3/5171,6= =1,21	6742,9-2500,1/ /3714,5= =1,14	0,6-1 (but not more than 2)
Current liquidity ratio	6317,8/4585,0= =1,38	7816,6/5171,6= =1,51	6742,9 /3714,5= =1,82	>1
Net working capital, thousand hrn	6317,8-4585,0= =1732,8	7816,6-5171,6= =2645	6742,9-3714,5= =3028,4	>1

Source: developed by the authors based on the analysis results of financial statements of «HSMEP» LLC¹

¹ ТОВ «ХСМЕП»: офіційний веб-ресурс. URL: <https://hsmer.com.ua/> (дата звернення: 01.09.2023).

Table 2. Indicators of financial stability of «HSMEP» LLC for 2020-2022

Indicator	Year			Normative value
	2020	2021	2022	
Coefficient of autonomy (financial independence)	$2\,863,1 / 8\,109,5 = 0,35$	$6\,315,2 / 11\,882,7 = 0,53$	$7\,892,7 / 11\,723,6 = 0,67$	$> 0,5$
Coefficient of financial dependence	$1 - 0,35 = 0,65$	$1 - 0,53 = 0,47$	$1 - 0,67 = 0,33$	$< 0,5$
Coefficient of financial stability	$(2\,863,1 + 661,4) / 8\,109,5 = 0,44$	$(6\,315,2 + 395,9) / 11\,882,7 = 0,56$	$(7\,892,7 + 116,4) / 11\,723,6 = 0,68$	$\geq 0,7$
Financial risk factor	$(661,4 + 4\,585,0) / 2\,863,1 = 1,83$	$(395,9 + 5\,171,6) / 6\,315,2 = 0,88$	$(116,4 + 3\,714,5) / 7\,892,7 = 0,49$	< 1
Coefficient of maneuverability of own capital	$1\,732,8 / 2\,863,1 = 0,61$	$2\,645 / 6\,315,2 = 0,42$	$3\,028,4 / 7\,892,7 = 0,38$	> 0
Coefficient of provision of current assets with own working capital	$1\,732,8 / 6\,317,8 = 0,27$	$2\,645 / 7\,816,6 = 0,34$	$3\,028,4 / 6\,742,9 = 0,45$	$> 0,5$
Coefficient of permanence of assets	$1\,791,7 / 2\,863,1 = 0,63$	$4\,066,1 / 6\,315,2 = 0,64$	$4\,980,7 / 7\,892,7 = 0,63$	–
Ratio of current to non-current assets	$6\,317,8 / 1\,791,7 = 3,53$	$7\,816,6 / 4\,066,1 = 1,92$	$6\,742,9 / 4\,980,7 = 1,35$	–

Source: developed by the authors based on the analysis results of financial statements of «HSMEP» LLC¹

In modern business conditions, financial controlling should occupy a priority place in the enterprise management system. The introduction of the financial controlling system at the enterprise will make it possible to increase the level of its liquidity, business activity, profitability, financial stability, increase the efficiency of the use of financial resources, improve the efficiency and quality of management decision-making, prevent emergence of crisis economic situations, identify the causes of financial problems and contribute to their effective elimination. The application of financial controlling in enterprise management requires the use of specific methods and tools (Kostakova, 2021).

The problematic aspects of the functioning of the investigated enterprise are the deterioration of indicators of financial stability and sta-

bility, a decrease in the level of profitability and liquidity. That is why you should pay attention to one of the methods of financial controlling - the balanced scorecard (BSP). With its help, it is possible to identify and correct weak points in the company's activities, the possibility of preventing the deterioration of the financial condition, identifying the main reasons with the help of the cause-and-effect relationship of indicators, improving investment and innovation activities. And as a result, it is possible to effectively manage management activities and implement certain solutions (Kuznetsova, 2018).

The implemented system of financial controlling is necessary to solve the identified problems of functioning at the enterprise. The developed system of balanced indicators for «HSMEP» LLC is shown in table 3.

Table 3. Balanced system of indicators for «HSMEP» LLC

Categories	Strategic goals	Tasks	Improved indicators
Company finances	Improvement of indicators of profitability, financial stability. Improvement of activity results - increase of profit.	Maximum reduction of production costs. Increasing the efficiency of asset utilization.	Indicator of profitability of assets; The annual amount of expenses of the enterprise; Asset turnover ratio.
Clients of the company	Forces are aimed at improving competitiveness indicators.	The main task is to increase the volume of services provided by improving the quality of service.	The volume of sales of the provided services, estimation of the share, analysis of the number of new customers.
Internal structure	Improvement of the efficiency of the enterprise, optimization of the main business processes.	Modernization of equipment	Analysis of cash and flows, The rate of renewal of fixed assets.
Enterprise development	Increase in indicators of labor productivity and efficiency in the work of personnel.	The given system of motivating personnel and improving their qualifications.	Personnel turnover and labor productivity; Certification training; share of highly qualified personnel.

¹ ТОВ «ХСМЕП»: офіційний веб-ресурс. URL: <https://hsmer.com.ua/> (дата звернення: 01.09.2023).

It is possible to implement this system in the activities of LLC «HSMEP» for its effective functioning in stages. There are six of them (Polishchuk, Bezverkhy, & Nastenka, 2019). At the first stage, the company's activities and external environment are analyzed. Identifying the necessity and expediency of implementing this system.

At the second stage, attention is focused on determining the relationship between the identified strategic goals. A system of goals and formation of the main mission is being developed. After analyzing the relationship between strategic and operational goals, implemented strategies in the future are selected. Based on the results, a goal tree is created.

Successively, the third stage is developed on the basis of the goal tree. The development of the main goals of this enterprise, as well as the main tasks, is underway. All this is reflected in the so-called strategic development map.

In the following stages, the development and analysis of reporting forms is carried out, the system of motivating employees and the consistent implementation of the system of balanced indicators are introduced. It is also advisable to develop a system that deals with non-fulfillment of set tasks and planned indicators.

At the last stage, monitoring is carried out based on the results of the implemented ZSP system, and the obtained performance indicators are analyzed. Effectiveness of implementation and received data related to problems, shortcomings and implementation of corrective measures (Karpushenko, 2019).

In general, when EMS is implemented in the operation of a company's business, managers who are charged with analyzing the results of the implemented system will find that there are many indicators in the system. The time used to update the strategic plan and change the company's goals is a valuable resource, which becomes a problem and a difficult task. Therefore, the simplest solution is the automation of ZSP.

But it is at the stage of implementation that it would be appropriate for «HSMEP» LLC to separate the position of financial controller. The main task of which should be to analyze the activity and functioning of indicators at the enterprise. He will be able to provide specific recommendations for improving the condition and identifying problem areas in the company. Based on the results of the provided conclusions, managers will be able to make an appropriate management decision.

The main task of the financial controller is the collection, processing and analysis of this information (Demchuk & Tkachenko, 2019). Also calculation of indicators characterizing the work of the enterprise. Correct presentation and delivery of information to the decision-making center. The head of the company can be introduced to the position of controller or the duties can be transferred to the financier of the com-

pany. The main condition is awareness. The development of recommendations and evaluation of the effectiveness of implemented proposals is very important in the activities of the financial controller.

It is important for the enterprise to assess the scientific and practical effectiveness of the implemented financial controlling system, which is determined using qualitative indicators. These include: novelty, perspective, potential scale of practical use, degree of probability of achieving positive results (Kucherenko, 2018). The next stage is the transition from qualitative assessments of the scientific and practical level of work results to quantitative ones. It is carried out using a scale of points and weighting coefficients of indicators. Let's depict it in the form of a diagram (fig. 1).

The quantitative value of the NPR indicator is reflected in points, which makes it possible to draw parallels between different scientific solutions. According to expert assessments, the novelty of the implemented results corresponds to the domestic level, therefore the indicators are $\beta_1=4$, $a_1=0.35$, in terms of perspective, the enterprise is of primary importance from the point of view of the industry and the enterprise and corresponds to the value of $\beta_2=10$, $a_2=0.35$, practical use only of the analyzed enterprise (activity of LLC «HSMEP» - $\beta_3=4$, $a_3=0.2$, and has a high degree of achieving positive results in the case of using the research results at the enterprise - $\beta_4=10$, $a_4=0.1$).

And on the basis of the specified points and weighting coefficients of the indicators, the calculation of the NPR is carried out according to the following scheme (fig. 2). Based on the above estimates, we can calculate the value of the indicator of the scientific and practical level:

$$\text{NPR} = 6 \cdot 0.35 + 10 \cdot 0.35 + 4 \cdot 0.2 + 10 \cdot 0.1 = 7.4 \text{ points.}$$

Let's calculate and compare with the maximum value of the indicator:

$$\text{NPR}_{\text{max}} = 10 \cdot 0.35 + 10 \cdot 0.35 + 10 \cdot 0.2 + 10 \cdot 0.1 = 10 \text{ points.}$$

So, we can see that the NPR level of the investigated enterprise is 74%. This indicator is quite high. This indicates a sufficient level of effectiveness of the introduced methods and proposals. The implementation of the position of the financial controller and the recommendations introduced by him on ways to improve the system will provide an opportunity to improve the indicators of the financial condition, functioning of the enterprise and improve its competitiveness on the market. And the introduced system of balanced indicators at «HSMEP» LLC will make it possible to achieve the set goals in full, improve its position on the market and improve the efficiency of the decisions made. This also applies to improving the financial condition and increasing the level of competitiveness, which are important indicators for the effective functioning of the enterprise.

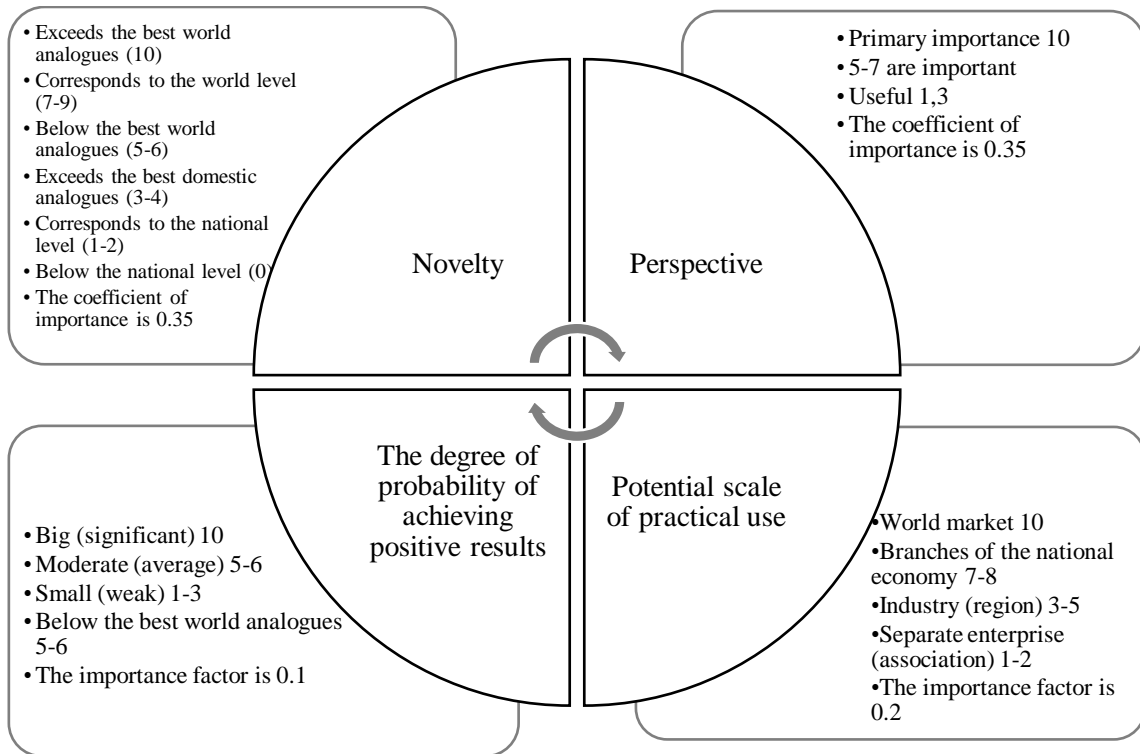


Fig. 1. Indicators of assessment of the scientific and practical effectiveness of the introduced controlling system

Source: developed based on materials (Guzhavina, Seomkina, & Zgurska, 2020)

Based on the calculated performance indicators of the investigated enterprise, we can see that the situation is not critical, but the introduction of the proposed system of balanced indicators and the position of financial controller will make it possible to improve the company's performance indicators and maintain normal functioning.

Conclusions. We can conclude that at the current stage, enterprises operate in very difficult conditions. To date, issues of organization of controlling at enterprises of Ukraine are solved individually for each enterprise, taking into account the specifics and scope of its activities. According to the results of the conducted theoretical analysis, the essence of the concept of «financial controlling» was defined, and the fi-

nancial condition of the company «HSMEP» LLC was analyzed. The result of which is the need to introduce an improved system of balanced indicators and the position of a financial controller at the enterprise. The expediency and effectiveness of the introduced methods is also supported by the calculation of the indicator of the scientific and practical level. Where the NPR indicator is 74%. As a result, the proposed options will help to prevent the emergence of crisis economic situations, prepare reasonable management decisions, prevent signs of a crisis state in the enterprise, identify the causes of financial problems and effectively eliminate them. Therefore, financial controlling should have a priority place in the enterprise management system.

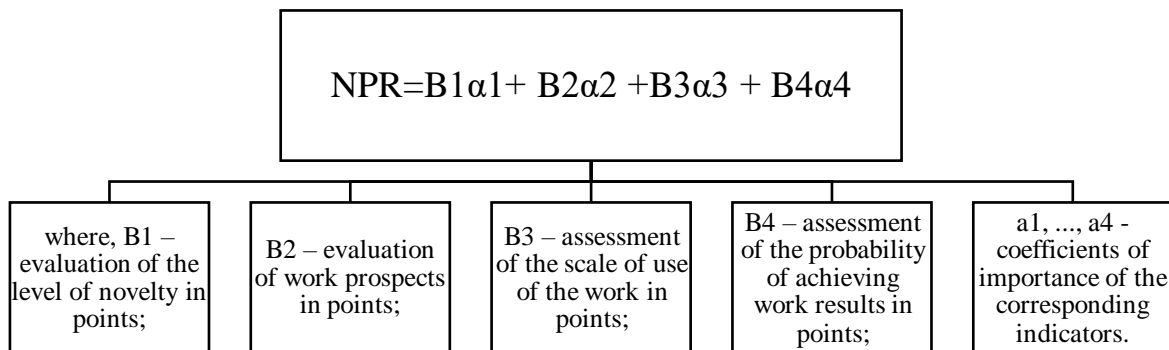


Fig. 2. Calculation of the value of the indicator of scientific and practical level

Source: developed based on materials (Medvedovsky, 2019)

REFERENCES

1. Varenky, V. M., & Shpurayaka, O. V. (2019). Financial controlling at the enterprise: tools and performance evaluation. *Nobel Herald*, 1, 6-13. doi: <https://doi.org/10.32342/2616-3853-2019-2-12-1> (in Ukrainian)
2. Vinnytska, O. A. (2022). Financial controlling as a component of the financial stability of the enterprise. *International scientific journal «Internauka». Series: Economic sciences*, 4, 24-29. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-4-7985> (in Ukrainian)
3. Gogol, T. A., & Dmytrenko, A. V. (2019). Financial controlling as a system of effective management of joint activities of enterprises. *Financial studies*, 1. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/find_2019_1_17 (in Ukrainian)
4. Guzhavina, I. V., Seomkina, T. V., & Zgurska, O. M. (2020). Financial controlling in the trading enterprise management system. *Economy and the state*, 12, 11-14. doi: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.12.11> (in Ukrainian)
5. Demchuk, N. I., & Tkachenko, G. A. (2019). Financial controlling as a key element in ensuring the economic security of the enterprise. *Scientific Bulletin of the Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas. Series: Economics and management in the oil and gas industry*, 1, 155-162. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvifnunge_2019_1_16 (in Ukrainian)
6. Ivanchenkova, L. V., Stepanenko, S. V., & Yevtushevska, O. O. (2022). Financial and tax management in the enterprise management system. *Business Inform*, 4, 125-129. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-4-125-129> (in Ukrainian)
7. Ishchenko, N. A. (2022). Financial controlling as a tool for managing the financial potential of an enterprise. *Scientific Bulletin of the Flight Academy. Series: Economics, management and law*, 7, 45-50. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/sbfaseml_2022_7_7 (in Ukrainian)
8. Karpushenko, M. Yu. (2019). Peculiarities of assessing business processes, personnel, financial and marketing components using a balanced scorecard. *Communal management of cities. Series: Economic sciences*, 2, 89-93. doi: <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2019-2-148-89-93> (in Ukrainian)
9. Korbutyak, A. G., & Shevchuk, Yu. O. (2021). Financial controlling as a component of enterprise financial management. *Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University. Series: International economic relations and world economy*, 39, 89-94. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2021_39_18 (in Ukrainian)
10. Kostakova, L. D. (2021). Anti-crisis financial management is a component of industrial enterprise management. *Economy. Finances. Right*, 5 (1), 10-13. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr_2021_5\(1\)_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr_2021_5(1)_4) (in Ukrainian)
11. Krylenko, V. I., Danik, N. V., & Kolchenko, S. P. (2019). Financial controlling as a progressive form of internal control of the enterprise. *A young scientist*, 2 (1), 267-269. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2019_2\(1\)_60](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2019_2(1)_60) (in Ukrainian)
12. Kuznetsova, N. V. (2018). Financial risk management taking into account information risks. *Registration, storage and processing of data*, 20(1), 30-39. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/rzod_2018_20_1_5 (in Ukrainian)
13. Kucherenko, A. V. (2018). Diffusion of financial engineering in the financial management of enterprises in the real sector of the economy of Ukraine. *Ukrainian Journal of Applied Economics*, 3(1), 63-71. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/ujae_2018_3_1_8 (in Ukrainian)
14. Masyuk, Yu. V., & Mamchur, G. S. (2021). Financial management of the profit of an agricultural enterprise. *Agroworld*, 20, 46-50. doi: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.20.46> (in Ukrainian)
15. Medvedovsky, D. G. (2019). Financial content management in the digital economy. *Scientific works of NDFI*, 4, 97-107. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npndfi_2019_4_9 (in Ukrainian)
16. Nikolchuk, Yu. M., & Lopatovska, O. O. (2021). Anti-crisis financial management as the basis of financial management of domestic enterprises. *Bulletin of the Khmelnytskyi National University. Economic sciences*, 1, 99-103. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2021_1_21 (in Ukrainian)
17. Nord, G. L., & Kuslii, V. O. (2018). Definition of the system of indicators for the formation of financial results. *Bulletin of the Zhytomyr State University of Technology. Series: Economic sciences*, 2, 21-27. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu_econ_2018_2_6 (in Ukrainian)
18. Podderyogin, A. M., & Vivsnyana, I. V. (2018). Financial management of capital. *Collection of scientific works of the State Fiscal Service University of Ukraine*, 1, 136-149. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpnudps_2018_1_12 (in Ukrainian)
19. Polishchuk, E. A., Bezverkhy, K. V., & Nastenka, D. V. (2019). Financial controlling in the detection of corporate fraud: major changes and cross-regional analysis. *Business navigator*, 6.1-2, 201-209. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2019_6 (in Ukrainian)
20. Deineko, L., Sychevskiy, M., Tsyplitska, O., Grebeniuk, N., & Deineko, O. (2021). Increasing resource efficiency in the industrial complex ensuring environmental human rights. *Environmental Economics*, 12(1), 124-139. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/ee.12\(1\).2021.11](http://dx.doi.org/10.21511/ee.12(1).2021.11)
21. Eka, H., Khoirul, A., Meilda, W., Ermawati, E., & Yuneita, A. (2022). Factors influencing financial statement disclosure: Empirical evidence from Indonesia. *Investment Management and Financial Innovations*, 19(2), 230-237. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19\(2\).2022.20](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19(2).2022.20)
22. Fandella, P., Ceccarossi, G., & Attinà, D. (2022). Shock events: The impact of news media and communication strategies on listed companies' share price. *Investment Management and Financial Innovations*, 19(1), 334-349. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19\(1\).2022.26](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19(1).2022.26)
23. Al Sharawi, H. H. M. (2022). The impact of ownership structure on external audit quality: A comparative study between Egypt and Saudi Arabia. *Investment Management and Financial Innovations*, 19(2), 81-94. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19\(2\).2022.07](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19(2).2022.07)
24. Alzate, I., Manotas, E., Boada, A., & Burbano, C. (2022). Meta-analysis of organizational and supply chain dynamic capabilities: A theoretical-conceptual relationship. *Problems and Perspectives in Management*, 20(3), 335-349. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.20\(3\).2022.27](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.20(3).2022.27)
25. Koilo, V. (2020). A methodology to analyze sustainable development index: evidence from emerging markets and developed economies. *Environmental Economics*, 11(1), 14-29. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/ee.11\(1\).2020.02](http://dx.doi.org/10.21511/ee.11(1).2020.02)
26. Konieva, T. (2021). The impact of financing policy on the cost of debt. *Investment Management and Financial Innovations*, 18(4), 177-189. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.18\(4\).2021.16](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.18(4).2021.16)
27. Kozziuk, V. (2022). What do cross-country Bitcoin holdings tell us? Monetary and institutional discontent vs financial development. *Investment Management and Financial Innovations*, 19(1), 168-185. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19\(1\).2022.13](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19(1).2022.13)
28. Lepeyko, T. (2020). On the waves of economic Fluctuations. *Environmental Economics*, 11(1), 65-66. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/ee.11\(1\).2020.06](http://dx.doi.org/10.21511/ee.11(1).2020.06)

29. Puspitaningtyas, Z., Toha, A., & Prakoso, A. (2018). Understanding the concept of profit as an economic information instrument: disclosure of semantic meanings. *Accounting and Financial Control*, 2(1), 27-36. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/afc.02\(1\).2018.03](http://dx.doi.org/10.21511/afc.02(1).2018.03)
30. Shapoval, Y. (2021). Relationship between financial innovation, financial depth, and economic growth. *Investment Management and Financial Innovations*, 18(4), 203-212. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.18\(4\).2021.18](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.18(4).2021.18)
31. Tereshchenko, O., & Babiak, N. (2020). Causality of risks, cost of equity and shading of the enterprise income. *Baltic Journal of Economic Studies*, 2(6), 61-68. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2020-6-2-61-68>
32. Tereshchenko, O., Stetsko, M., Tkachenko, N., & Babiak, N. (2021). Determinants of interest rates on corporate debt. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 4 (39), 264-275. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcapter.v4i39.241315>
33. Vuong, Th. H. G., Dao, Th. H., Le, Th. Th. H., & Nguyen, H. M. (2022). Debts and corporate cash holdings: Evidence from ASEAN-5. *Investment Management and Financial Innovations*, 19(1), 186-200. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19\(1\).2022.14](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19(1).2022.14)
34. Timchev, M. (2016). Accounting and balanced business analysis of the insolvency (bankruptcy) risk and of the company competitiveness in time of global economic crisis. *Institute of Accounting, Control & Analysis in the Globalization Circumstances*, 2, 116-124
35. Dobrowolski, Z., Sułkowski, Ł., & Panait, M. (2022). Using the business model canvas to improve audit processes. *Problems and Perspectives in Management*, 20(1), 142-152. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.20\(3\).2022.12](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.20(3).2022.12)

The article was received by the editors 18.09.2023.

The article is recommended for printing 03.11.2023.

Олена Григорівна Головка*, кандидат економічних наук, доцент

olena.golovko@karazin.ua

<https://orcid.org/0000-0001-6502-4562>

Наталія Миколаївна Третяк,

кандидат економічних наук, доцент, Львівський національний університет ім. І. Франка, вул. Університетська, 1, Львів, 79000, Україна

natali_m2008@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-9457-2645>

Катерина Віталіївна Орехова*, кандидат економічних наук, доцент

oriekhova@karazin.ua

<https://orcid.org/0000-0003-0214-2750>

* Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна

ДОЦІЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У сучасних умовах господарювання для забезпечення життєздатності підприємницької діяльності доводиться застосовувати високий ступінь раціональності та системності в управлінні власними та позиковими фінансовими ресурсами. Підприємства мають вміло визначати свою стратегію і тактику дій на ринку, ретельно планувати та контролювати свою діяльність для досягнення конкретних цілей. Вони включають в себе підвищення ефективності операцій, зростання загальної вартості підприємства, забезпечення зростання добробуту акціонерів та власників, максимізацію фінансових результатів, мінімізацію втрат, забезпечення довгострокової ліквідності та фінансової стійкості, а також впровадження політики фінансового контролю. Контролінг, на відміну від інших систем управління, охоплює весь процес управління підприємством, починаючи з формулювання стратегії, розробки планів і бюджетів, і закінчуючи аналізом відхилень фактичних результатів від заданих цілей підприємства. Для вдосконалення формування та функціонування системи фінансового контролінгу доцільно впровадити збалансовану систему показників. Вона дозволить виявляти та скоригувати слабкі місця у економічній діяльності підприємства, з'ясувати можливість запобігання погіршення фінансового стану, визначити основні причини за допомогою причинно-наслідкового зв'язку фінансових показників, покращити інвестиційну та інноваційну діяльність. Метою статті є обґрунтування доцільності впровадження системи фінансового контролінгу на підприємстві в сучасних умовах господарювання. У статті розроблено систему збалансованих показників для ТОВ «ХСМЕП». За проведеним аналізом визначено, що на підприємстві ТОВ «ХСМЕП» слід впровадити концепцію вартісно-орієнтованого управління підприємством. Це дасть змогу отримати ефективний метод управління, за допомогою якого можна покращити планування, підвищити

ефективність діяльності, а також можливості досягти поступового зростання вартості підприємства. Саме така система управління дасть можливість вивести корпоративне управління на більш високий та сучасний рівень. Розрахований рівень науково-практичної ефективності впровадження збалансованої системи показників становить 56%. Це свідчить про достатній рівень ефективності наданих рекомендацій та пропозицій, які надають можливість покращити показники фінансового стану підприємства та забезпечити його конкурентоспроможність як на українському, так і на міжнародному ринках.

Ключові слова: фінансовий контролінг, ліквідність, фінансова стійкість, фінанси, клієнти, організаційна структура, фінансовий розвиток.

JEL Classification: G32; M21; P12.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Вареник В. М., Шпуряка О. В. Фінансовий контролінг на підприємстві: інструменти та оцінка результативності. *Нобелівський вісник*. 2019. № 1. С. 6-13. DOI: <https://doi.org/10.32342/2616-3853-2019-2-12-1>
2. Вінницька О. А. Фінансовий контролінг як складова фінансової стійкості підприємства. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія : *Економічні науки*. 2022. № 4. С. 24-29. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-4-7985>
3. Гоголь Т. А., Дмитренко А. В. Фінансовий контролінг як система ефективного управління спільною діяльністю підприємств. *Фінансові дослідження*. 2019. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/find_2019_1_17 (дата звернення: 05.07.2023).
4. Гужавіна І. В., Сьомкіна Т. В., Згурська О. М. Фінансовий контролінг у системі управління торговельним підприємством. *Економіка та держава*. 2020. № 12. С. 11-14. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.12.11>
5. Демчук Н. І., Ткаченко Г. А. Фінансовий контролінг як ключовий елемент в забезпеченні економічної безпеки підприємства. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу*. Серія : *Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості*. 2019. № 1. С. 155-162. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvifnunge_2019_1_16 (дата звернення: 05.07.2023).
6. Іванченкова Л. В., Степаненко С. В., Євтушевська О. О. Фінансовий і податковий менеджмент у системі управління підприємством. *Бізнес Інформ*. 2022. № 4. С. 125-129. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-4-125-129>
7. Іщенко Н. А. Фінансовий контролінг як інструмент управління фінансовим потенціалом підприємства. *Науковий вісник Львівської академії*. Серія: *Економіка, менеджмент та право*. 2022. Вип. 7. С. 45-50. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sbfaseml_2022_7_7 (дата звернення: 05.07.2023).
8. Карпушенко М. Ю. Особливості оцінки бізнес-процесів, персоналу, фінансових та маркетингових компонентів із застосуванням збалансованої системи показників. *Комунальне господарство міст*. Серія : *Економічні науки*. 2019. Вип. 2. С. 89-93. DOI: <https://doi.org/10.33042/2522-1809-2019-2-148-89-93>
9. Корбутяк А. Г., Шевчук Ю. О. Фінансовий контролінг як складник управління фінансами підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія : *Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2021. Вип. 39. С. 89-94. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2021_39_18 (дата звернення: 05.07.2023).
10. Костакова Л. Д. Антикризовий фінансовий менеджмент – компонента управління промисловим підприємством. *Економіка. Фінанси. Право*. 2021. № 5 (1). С. 10-13. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr_2021_5\(1\)_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr_2021_5(1)_4) (дата звернення: 05.07.2023).
11. Криленко В. І., Данік Н. В., Кольченко С. П. Фінансовий контролінг як прогресивна форма внутрішнього контролю підприємства. *Молодий вчений*. 2019. № 2 (1). С. 267-269. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2019_2\(1\)_60](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2019_2(1)_60) (дата звернення: 05.07.2023).
12. Кузнецова Н. В. Фінансовий ризик-менеджмент з урахуванням інформаційних ризиків. *Реєстрація, зберігання і обробка даних*. 2018. Т. 20, № 1. С. 30-39. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rzod_2018_20_1_5 (дата звернення: 05.07.2023).
13. Кучеренко А. В. Дифузія фінансового інжинірингу у фінансовий менеджмент підприємств реального сектору економіки України. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Т. 3, № 1. С. 63-71. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ujae_2018_3_1_8 (дата звернення: 05.07.2023).
14. Масюк Ю. В., Мамчур Г. С. Фінансовий менеджмент прибутку сільськогосподарського підприємства. *Агросвіт*. 2021. № 20. С. 46-50. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.20.46>
15. Медведовський Д. Г. Фінансовий контент-менеджмент у цифровій економіці. *Наукові праці НДФІ*. 2019. Вип. 4. С. 97-107. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npndfi_2019_4_9 (дата звернення: 05.07.2023).
16. Нікольчук Ю. М., Лопатовська О. О. Антикризовий фінансовий менеджмент як основа управління фінансами вітчизняних підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. *Економічні науки*. 2021. № 1. С. 99-103. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2021_1_21 (дата звернення: 05.07.2023).
17. Норд Г. А., Куслій В. О. Визначення системи показників щодо формування фінансових результатів. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. Серія : *Економічні науки*. 2018. № 2. С. 21-27. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu_ekon_2018_2_6 (дата звернення: 05.07.2023).
18. Поддєрьогін А. М., Вівсяна І. В. Фінансовий менеджмент капіталу. *Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України*. 2018. № 1. С. 136-149. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/zpnudps_2018_1_12 (дата звернення: 05.07.2023).
19. Поліщук Є. А., Безверхий К. В., Настенко Д. В. Фінансовий контролінг у виявленні корпоративного шахрайства: основні зміни та крос-регіональний аналіз. *Бізнес-навігатор*. 2019. Вип. 6.1-2. С. 201-209. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2019_6 (дата звернення: 05.07.2023).
20. Deineko L., Sychevskiy M., Tsyplitska O., Grebeniuk N., Deineko O. Increasing resource efficiency in the industrial complex ensuring environmental human rights. *Environmental Economics*. 2021. Volume 12, Issue 1. Pp. 124-139. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/ee.12\(1\).2021.11](http://dx.doi.org/10.21511/ee.12(1).2021.11)
21. Eka H., Khoirul A., Meilda W., Ermawati E., Yuneita A. Factors influencing financial statement disclosure: Empirical evidence from Indonesia. *Investment Management and Financial Innovations*. 2022. Vol. 19, Issue 2. Pp. 230-237. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19\(2\).2022.20](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19(2).2022.20)
22. Fandella P., Ceccarossi G., Attinà D. Shock events: The impact of news media and communication strategies on listed companies' share price. *Investment Management and Financial Innovations*. 2022. Vol. 19, Issue 1. Pp. 334-349. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19\(1\).2022.26](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19(1).2022.26)

23. Al Sharawi H. H. M. The impact of ownership structure on external audit quality: A comparative study between Egypt and Saudi Arabia. *Investment Management and Financial Innovations*. 2022. Vol. 19, Issue 2. Pp. 81-94. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19\(2\).2022.07](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19(2).2022.07)
24. Alzate I., Manotas E., Boada A., Burbano C. Meta-analysis of organizational and supply chain dynamic capabilities: A theoretical-conceptual relationship. *Problems and Perspectives in Management*. 2022. Vol 20, Issue 3 Pp. 335-349. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.20\(3\).2022.27](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.20(3).2022.27)
25. Koilo V. A methodology to analyze sustainable development index: evidence from emerging markets and developed economies. *Environmental Economics*. 2020. Vol. 11, Issue 1. Pp. 14-29. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/ee.11\(1\).2020.02](http://dx.doi.org/10.21511/ee.11(1).2020.02)
26. Konieva T. The impact of financing policy on the cost of debt. *Investment Management and Financial Innovations*. 2021. Vol. 18, Issue 4. Pp. 177-189. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.18\(4\).2021.16](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.18(4).2021.16)
27. Koziuk V. What do cross-country Bitcoin holdings tell us? Monetary and institutional discontent vs financial development. *Investment Management and Financial Innovations*. 2022. Vol. 19, Issue 1. Pp. 168-185. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19\(1\).2022.13](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19(1).2022.13)
28. Lepeyko T. On the waves of economic Fluctuations. *Environmental Economics*. 2020. Vol. 11, Issue 1. Pp. 65-66. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/ee.11\(1\).2020.06](http://dx.doi.org/10.21511/ee.11(1).2020.06)
29. Puspitaningtyas Z., Toha A., Prakoso A. Understanding the concept of profit as an economic information instrument: disclosure of semantic meanings. *Accounting and Financial Control*. 2018. Vol. 2, Issue 1. Pp. 27-36. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/afc.02\(1\).2018.03](http://dx.doi.org/10.21511/afc.02(1).2018.03)
30. Shapoval Y. Relationship between financial innovation, financial depth, and economic growth. *Investment Management and Financial Innovations*. 2021. Vol. 18, Issue 4. Pp. 203-212. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.18\(4\).2021.18](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.18(4).2021.18)
31. Tereshchenko O., Babiak N. Causality of risks, cost of equity and shading of the enterprise income. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2020. Issue 6, Vol. 2. 61-68. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2020-6-2-61-68>
32. Tereshchenko O., Stetsko M., Tkachenko N., Babiak N. Determinants of interest rates on corporate debt. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. 2021. No. 4(39), Pp. 264-275. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i39.241315>
33. Vuong Th. H. G., Dao Th. H., Le Th. Th. H., Nguyen H. M. Debts and corporate cash holdings: Evidence from ASEAN-5. *Investment Management and Financial Innovations*. 2022. Vol. 19, Issue 1. Pp. 186-200. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19\(1\).2022.14](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.19(1).2022.14)
34. Timchev M. Accounting and balanced business analysis of the insolvency (bankruptcy) risk and of the company competitiveness in time of global economic crisis. *Institute of Accounting, Control & Analysis in the Globalization Circumstances*. 2016. Issue 2. Pp. 116-124.
35. Dobrowolski Z., Sulkowski L., & Panait M. Using the business model canvas to improve audit processes. *Problems and Perspectives in Management*. 2022. Vol. 20, Issue 1. Pp. 142-152. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.20\(3\).2022.12](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.20(3).2022.12)

Стаття надійшла до редакції 18.09.2023 р.

Стаття рекомендована до друку 03.11.2023 р.

<https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-07>
УДК 336.71

Наталія Петрівна Погореленко*

доктор економічних наук, професор
pogorelenko.n.p@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-9815-9818>

Ольга Вікторівна Глущенко*

доктор економічних наук, доцент
Olhahlushchenko@karazin.ua
<https://orcid.org/0000-0001-5856-3373>

* Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна

**СУТНІСНЕ РОЗУМІННЯ ПОНЯТТЯ «БАНКІВСЬКА СИСТЕМА»
В КОНТЕКСТІ СИСТЕМНОГО АНАЛІЗУ ТА СЕКТОРАЛЬНОГО ПОДІЛУ ЕКОНОМІКИ**

Стаття присвячена обґрунтуванню необхідності підвищення ефективності регуляцій щодо забезпечення фінансової стабільності банківської системи шляхом проведення теоретичного аналізу понять «банківська система» та «банківський сектор». Це передбачає, насамперед, важке врахування застосовуваної термінології, оскільки саме належне теоретичне підґрунтя дозволяє не лише визначити, а й докладно охарактеризувати сферу та напрями проведеного дослідження, конкретизувати його головну мету та основні завдання.

Важливість даного дослідження пов'язана з тим, що саме банківська діяльність суттєво впливає на інші складові економічної системи, бо визначає координацію вагової частки руху фінансових потоків між суб'єктами господарювання. Причина: так або інакше дослідникам доводиться відмічати розгалуженість та обсяги такої діяльності із урахуванням окремого банку або їх деякої сукупності, де зокрема застосовуються такі поняття, як «банківська система» та «банківський сектор».

Виявлено, що на рівні таких ознак, як перелік інституціональних елементів досліджуваних угруповань та врахування системного підходу до поєднання окремих елементів, суттєвих відмінностей між досліджуваними дефініціями не спостерігається. Це дозволяє говорити про тождність їхнього змісту.

При цьому, розбіжності у теоретичному розумінні сутнісної змістовності цих понять за критерієм структурної організації банківського сектору та банківської системи, їх підпорядкованості вищестоящим системам з приводу встановлення економічної взаємодії між різними суб'єктами господарювання та, відповідно, до різновидів і типів сформованих управлінських впливів – підтверджують проблематику питань, які стосуються розгляду банківської діяльності з погляду низки банків або секторального врахування окремих видів економічної діяльності загалом. Зокрема, чітко не визначається підпорядкованість елементів; для банківської системи характерна інституціональна й системна побудова з множиною структурних одиниць та зв'язками між ними.

Ключові слова: банківська система, банківський сектор, системний аналіз, секторальний поділ, фінансова стабільність, управлінські впливи.

JEL Classification: E42; E59; G21.

Як цитувати: Погореленко, Н. П., & Глущенко, О. В. (2023). Сутнісне розуміння поняття «банківська система» в контексті системного аналізу та секторального поділу економіки. *Соціальна економіка*, 66, 60-70. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-07>

In cites: Pohorelenko, N., & Hlushchenko, O. (2023). Essential understanding of the concept "banking system" in the context of system analysis and sectoral division of the economy. *Social Economics*, 66, 60-70. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-07> (In Ukrainian)

Вступ. Дослідження та аналіз ключових показників функціонування банківських установ та напрямів їх подальшого розвитку об'єктивно передбачає виважене врахування, насамперед, застосованої терміноло-

гії. Відтак, на перше місце, навіть, у питаннях практичного спрямування, виходять відповідні теоретичні узагальнення та виваженість їх застосування.

Важливість уточнення цих теоретичних

питань підсилюється значущістю банківської діяльності, яка суттєво впливає на всі складові економіки країни, бо визначає координацію значної частки руху фінансових потоків між різними суб'єктами господарювання.

Відмічене вище й обумовило вибір напряму дослідження, її актуальність та значимість як у теоретичному, так і практичному напрямках.

Мета дослідження – розвиток теоретичних підходів до тлумачення поняття «банківська система» завдяки виділенню загальних рис (за переліком інституціональних одиниць та врахуванням системного підходу) та відмінностей (структурна організація, підпорядкованість вищестоящим системам, різновиди та типи регуляцій). В межах досягнення основної мети дослідження виокремлено наступні завдання:

- довести синонімічність понять «банківська система» та «банківський сектор» як об'єкта системних досліджень та з урахуванням інституційної ознаки;

- визначити різновиди методів управління, що застосовуються до банківської системи та банківського сектору.

Предмет дослідження – сутнісне розуміння поняття «банківська система» в контексті системного аналізу та секторального поділу економіки.

Об'єкт дослідження – фінансова система суспільства.

Огляд літератури. Дослідження визначених теоретичних питань зумовлена наявністю проблем в економічній і фінансовій сферах, де перш за все, варто виділити проблематику банківської діяльності. Це пов'язано з тим, що банківська діяльність суттєво впливає на інші складові економічної системи, бо визначає координацію вагомої частки руху фінансових потоків між суб'єктами господарювання.

Варто зазначити, що так або інакше дослідникам доводиться відмічати розгалуженість та обсяги такої діяльності із урахуванням окремого банку або їх деякої сукупності, де зокрема застосовуються такі поняття, як «банківська система» та «банківський сектор».

При цьому має місце неоднозначність у визначеннях розгалуженості та обсягів банківської діяльності при розгляді різноманітних теоретичних та практичних питань. Це пов'язано з тим, що банківській діяльності, зазвичай, притаманний двоїстий характер, де банки можуть виступати як у ролі мікроекономічних агентів, так і у ролі найважливішої частини фінансової системи країни.

Та особливо це стосується проблематики тих питань, які стосуються розгляду банківської діяльності з погляду низки банків або секторального врахування окремих видів еконо-

мічної діяльності загалом.

Г. Т. Карчева (Карчева, 2012), при дослідженні ефективності банків України, оперує поняттям «банківська система». При цьому, в обох випадках, дослідники оперують однаковим за змістом статистичним матеріалом.

Водночас з цим, О. Реверчук (Реверчук, 2009) досліджуючи банківський сектор в Україні, оперує двома поняттями «банківський сектор» та «банківська система», говорячи про синонімічність цих дефініцій.

Проте, можна вказати й на інші праці, в яких дослідники та науковці докладно обґрунтовують зміст та сутність поняття «банківська система» (приклад – роботи І. І. Д'яконової (Д'яконова, 2008), В.В. Масленнікова та А.Ю. Соколова (Масленнікова & Соколова, 2006), або навпаки – поняття «банківський сектор» (приклад – роботи Р.В. Алямкина (Алямкін, 2013)).

У закордонній фінансовій думці дослідження концентруються у річищі більш утилітарних напрямків. Марва Ельнахасс (Marwa Elnahass) та Ву Куанг Трін, Тенг Лі (Vu Quang Trinh, Teng Li) досліджують глобальна банківську стабільність у світлі спалаху Covid-19, відзначаючи негативний вплив пандемії на банківські системи країн світу (Elnahass, Trinh, & Li, 2021). Лаевен Л. (Laeven L.), Валенсія Ф. (Valencia F.) розглядають банківські системи країн у світлі системних банківських криз, охоплюючи великий проміжок часу з 1970 по 2017 років (Laeven, & Valencia, 2020). Кандзі Кітамура (Kanji Kitamura) окреслює перспективи майбутньої інтеграції фінтех у банківську систему Японії, відзначаючи, що колективіські засади японської культури дадуть змогу адаптуватися до змін її банківській системі (Kitamura, 2020). У цьому ж ключі проведено дослідження Анджана Такора (Anjan V. Thakor), який вбачає підричний потенціал фінтеху у розвитку платіжних систем, що значним чином вплинуть на як банківську систему так і на монетарну політику (Thakor, 2019). Пунам Гарг із групою дослідників здійснює оцінювання очікуваних переваг від впровадження технології блокчейн у банківському секторі (Garg, Gupta, Chauhan, Sivarajah, Gupta, & Modgil, 2021). Проте глибокого теоретичного дослідження щодо сутності понять «банківська система» та «банківський сектор» на тлі процесів, що відбуваються не проводиться.

Таким чином, існує певна невизначеність у розумінні та виділенні проблемних аспектів відповідного теоретичного розгляду та узагальнення відносно понять «банківський сектор» та «банківська система».

Зазвичай поняття «банківська система» характеризується як об'єкт системних дослі-

джен. Це пов'язано з тим, що однією із компонент даного словосполучення є «система», яку найчастіше трактують як сукупність взаємопов'язаних елементів, єдність якої виражається в інтегральних властивостях та функціях, що визначаються взаємодією елементів. Тому при визначенні поняття «банківська система» досить часто враховують особливості функціонування економічних систем та визначають її як:

- сукупність банківських установ, які займаються банківською діяльністю на постійній професійній основі, взаємодія між якими та навколишнім середовищем породжує самостійну багаторівневу економічну структуру для досягнення єдиної мети функціонування (Онищенко, 2008);

- динамічну та цілеспрямовану сукупність взаємопов'язаних банківських інститутів, які постійно розвиваються (Затварська, 2004);

- сукупність банків країни та їх філій, які функціонують у відповідному правовому полі, і систему відносин даних банків один з одним, зі своїми клієнтами, органами влади, іноземними структурами (Матвієнко, 2003, с. 172);

- упорядковану сукупність взаємопов'язаних елементів, що знаходяться між собою в стійких відносинах, що забезпечують їх функціонування і розвиток як єдиного цілого (Матвієнко, 2003);

- сукупність різних за організаційно-правовою формою та спеціалізацією національних банківських установ, що існують у межах єдиної фінансової системи та єдиного грошово-фінансового механізму (Орлюк, 2003, с. 33);

- не просту сукупність окремих банків, а свідомо побудовану на законодавчій основі їх єдність з чітким визначенням місця, субординації та взаємозв'язків окремих її елементів та ланок (Савлук, Мороз, & Лазепко, 2011);

- комплекс різноманітних взаємопов'язаних банківських установ та їх властивостей, що мають різні форми власності, організаційно-правовий статус, напрями діяльності (Кириленко, 2010, с.353);

- внутрішню організовану цілісність, що поєднує взаємопов'язані елементи на підставі принципу забезпечення функціонування діяльності цієї системи (Савелко, 2011, с.44);

- складову фінансово-кредитної системи держави, взаємопов'язаними елементами якої є: центральний банк та інші банки, філії іноземних банків, банківські об'єднання, банківські спілки та асоціації, Фонд гарантування вкладів фізичних осіб (Златіна, 2013, с.51).

Відмінністю наведених дефініцій є більш детальне розкриття складових, які розкривають сутнісну змістовність поняття «банківська система» та відповідне узагальнення на-

явних зв'язків між зазначеними складовими банківської системи. Це дозволяє говорити про важливість, насамперед, організаційної складової з точки зору змістовності визначення поняття «банківська система».

Ще раз наголосимо на тому, що ключовим мотивом розуміння поняття «банківська система» як об'єкта системних досліджень є наявність у словосполученні досліджуваної дефініції категорії «система» та необхідних умов для утворення системи, зокрема, наявність функцій та мети, елементів (більше двох) та взаємозв'язку між ними. Виходячи з цього, визначення поняття «банківська система» як об'єкта системних досліджень відбувається на інтуїтивному рівні.

З точки зору властивостей банківської системи, що утворюється, як вже було зазначено, внаслідок взаємодії її елементів, єдиної точки зору у роботах дослідників з цього питання досі не простежується, а їх перелік постійно доповнюється. Так, наприклад, І. І. Д'яконовою (Д'яконова, 2008) системні властивості банківської системи розділено на загально системні та індивідуальні. До першої групи властивостей автор включає цілісність, інтегративність, ієрархічність та цілеспрямованість, до другої – динамічність, активність, керованість, детермінованість, саморегуляцію, науковість та ймовірність. На думку Є. Мордань (Мордань, 2016), до загальносистемних властивостей банківської системи доцільно відносити: цілісність, ієрархічність, структурованість, обумовленість поведінки, емерджентність та комунікативність.

С. О. Хайлук (Хайлук, 2014, с. 192) серед найбільш важливих системних властивостей банківської системи виокремлює складність, цілісність та цілеспрямованість та зауважує на тому, що їй притаманна й непередбачуваність поведінки, циклічність розвитку, зворотний зв'язок.

У роботах Б. Адамик (Адамик, 2009), О.О. Затварської (Затварська, 2004), Т. А. Латковської (Латковська, 2008), В. Кириленка (Кириленко, 2010) також подається досить широкий перелік ідентифікаційних ознак, яким відповідає банківська система, зокрема:

- цілісність, структурованість, ієрархічність, взаємозв'язок системи із середовищем, наявність управляючого суб'єкта (Латковська, 2008, с.15);

- динамічність, самоурегульованість, керованість, наявність елементів, які спрямовані на єдність цілей, наявність специфічних властивостей, здатність до взаємозамінювання елементів (Савлук, Мороз, & Лазепко, 2011, с.354);

- керованість, цілісність, структурованість, цілеспрямованість та самоорганізація (ці властивості автор (Адамик, 2009) враховує

при визначенні поняття «банківська система»);

- структурність, ієрархічність, динамічність, наявність складних взаємозв'язків, нерегулярність впливу зовнішнього середовища та стохастичність у поведінці системи, наявність підсистем функціонального характеру та визначеної процедури прийняття рішень (Затварська, 2004).

З точки зору О. О. Грищенко та М. Й. Головки (Грищенко & Головка, 2012, с.133), до властивостей банківської системи доцільно відносити і «взаємопроникнення», відповідно до якої банківська система може успішно функціонувати тільки у випадку відповідності міжнародним нормам і правилам її структури, законодавчої та практичної діяльності.

Розгляд банківської системи, з точки зору особливостей системного аналізу, хоча і є переважним, однак дещо обмежує з'ясування сутнісного розуміння поняття «банківська система» на теоретичному рівні. Таке твердження базується на тому, що у наведених визначеннях поняття «банківська система» не менш важливе значення (щодо підкреслення системних зв'язків між окремими складовими банківської системи) відіграє й врахування окремих складових - банків. Враховуючи це, можна говорити також про доцільність визначення поняття «банківська система» з погляду інституціональної ознаки, де можна вказати такі узагальнення означеної дефініції, як:

- розгалужена сукупність банків, банківських інститутів та фінансово-кредитних установ, що підпорядковуються центральному банку та діють у межах єдиного фінансово-кредитного механізму (Костюченко, 1999);

- різного виду банки та інші фінансово-кредитні інститути, що функціонують в рамках єдиного законодавчого простору і спільної грошово-кредитної системи, інституціональна значимість якої визначається її ключовою роллю в системі фінансового посередництва (Латковська, 2008, с.133).

Доцільно підкреслити, що у представлених підходах до визначення змісту банківської системи виявлено тенденцію включення до її структури небанківських установ. Досить критично з цього приводу висловлюється О.В. Дзюблюк (Дзюблюк, 2002, с. 80), який акцентує увагу на неправомірності та некоректності віднесення до складу елементів банківської системи спеціалізованих кредитно-фінансових інститутів. На його думку, за таких обставин відбувається штучне розширення меж банківської системи, що в такому разі прирівнює її до кредитної.

Якщо загалом говорити про інституційну ознаку (як інституції розглядають централь-

ний банк, державні, акціонерні та кооперативні банки, філії та представництва іноземних банків, банківські об'єднання, банківські спілки та асоціації, Фонд гарантування вкладів фізичних осіб (Савелко, 2011), (Латковська, 2008), не акцентуючи увагу саме на розглянутих у (Грищенко & Головка, 2012), (Костюченко, 1999) визначень поняття «банківська система», на нашу думку, розкриття його змістовності лише з погляду інституційної ознаки є також обмеженим. Це обумовлено тим, що при розгляді поняття «банківська система», виходячи із наявних теоретичних узагальнень за даною тематикою, ми одночасно підкреслюємо як інституційну, так й системну ознаку цієї дефініції.

Більш того, розгляд поняття «банківська система» лише як об'єкта системних досліджень неможливий без врахування наявної множини тих інституційних одиниць, які визначають досліджуване поняття, де з погляду категорії «система» доволі важливими є наявні зв'язки між окремими інституційними одиницями цього утворення.

Важливо зауважити, що в науковій літературі зустрічаються й інші підходи до трактування поняття «банківська система», в тому числі й такі, що корелюють або об'єднуються із розглянутими вище.

Так, О.В. Дзюблюк (Дзюблюк, 2002, с. 79) з урахуванням своєї критичної позиції щодо неправомірності включення спеціалізованих кредитно-фінансових інститутів до елементів банківської системи, усі підходи, що представлені у роботах дослідників, умовно поділяє на дві групи:

- перший підхід - банківська система як поєднання чинних у країні банків;
- другий - поєднання в межах банківської системи банківських та небанківських установ.

- Х.І. Качан (Качан, 2014, с.249) розмежовує три підходи до визначення поняття «банківська система»:

- інституційний (банківська система розглядається через сукупність інституцій);
- функціональний (при визначенні поняття увага акцентується на функціях банківської системи);
- системний (банківська система розглядається як ключова динамічна складова фінансової системи) підходи.

Є. Мордань (Мордань, 2016) розглядає банківську систему:

- в розрізі елементів, що її формують (мікрорівень);
- з точки зору притаманних їй системних властивостей та ефектів (макрорівень).

На основі поєднання функціонального та інституційного підходів Б. Адамик (Адамик, 2009, с.110) дає таке визначення поняттю

«банківська система»: це ієрархічно структурована та субординована цілісна сукупність банків, професійна діяльність яких відповідає законодавчо встановленим нормам і правилам, формуються та розвиваються під впливом зовнішніх та внутрішніх чинників протягом тривалого періоду часу в межах національної економічної системи.

З точки зору змістовного наповнення цікавими є визначення досліджуваного поняття, які представлені у роботах І. І. Благун (Благун, 2014) та В. В. Коваленко (Коваленко, 2015).

Зокрема, І. І. Благун (Благун, 2014, с.165) зауважує на тому, що банківська система є специфічною економічною та організаційно-правовою структурою, яка забезпечує своїми специфічними цілями, методами та інструментами функціонування грошового ринку та економіки загалом.

В свою чергу, з точки зору В. В. Коваленко (Коваленко, 2015), банківська система є цілісним механізмом, що взаємодіє з іншими системними структурами фінансового ринку та утворює більш загальне об'єднання – економічну систему.

Розглянуті визначення також відображують сутність поняття «банківська система», проте вони розкривають його з точки зору досить широкого підходу та в них бракує конкретизації з точки зору елементного складу системи.

Аналогічним чином можна дослідити й поняття «банківський сектор», що, зазвичай, робиться з точки зору секторального врахування дієвості та функціонування відповідних інституціональних одиниць. Як приклад, можна вказати розуміння поняття «банківський сектор» О. І. Барановського (Барановський, 2007), який визначає його лише як сукупність комерційних банків (без врахування головного банку країни).

З практичної точки зору, цей підхід має право на існування. Однак, у теоретичному плані, при визначенні взаємності та розбіжності між поняттями «банківська система» та «банківський сектор» врахування лише дієвості комерційних банків явно недостатньо. В цьому сенсі, раніше та надалі застосування терміну «комерційні» до банків визначається виключно на засадах загальних положень економічної теорії, де поняття «комерційні» розкриває природу та змістовність ведення банківської діяльності у ринковій економіці.

Можуть виникнути окремі питання щодо розгляду банківського сектору лише з погляду сукупності комерційних банків (без врахування головного банку країни) й для окремих практичних питань, де, насамперед, враховуються положення макроекономічної теорії розвитку країни та її економіки. Наприклад, можуть виявитися складнощі в частині роз-

криття дієвості банківського сектору без врахування обсягів рефінансування комерційних банків з боку головного банку країни, або при дослідженні питань кредитування органів влади тощо.

Протилежним аргументом до такого врахування може бути секторальний розгляд економіки з відповідним розподілом на державний сектор та підприємницький (який, у свою чергу, розділяється на фінансовий та нефінансовий сектори економіки) сектори.

Можна також визначити секторальний поділ економіки відповідно до гіпотези трьох секторів (первинний: видобуток сировини, сільське господарство, гірничодобувна, рибна та лісова промисловість; вторинний: промислове виробництво та будівництво; третинний: сфера послуг, освіта, туризм), де банківська діяльність відноситься до третинного сектору економіки.

В даному сенсі маємо об'єднання головного банку та інших банків країни у секторальному розумінні. Відтак, за інституціональною ознакою поняття «банківський сектор» включає як головний банк країни, так й інші комерційні банки.

Стосовно розуміння поняття «банківський сектор» як об'єкта системних досліджень можна навести визначення, яке надає О. Реверчук (Реверчук, 2009): це система елементів, які постійно знаходяться у взаємозв'язку і взаємодії між собою.

Аналогічної думки дотримується й А. Ю. Семенов (Семенов, 2010), який підкреслює, що банківський сектор з точки зору системно-структурного аналізу – це сукупність банківських установ, які займаються банківською діяльністю на професійній основі, підпорядковуючись законодавчо встановленим нормам і правилам її ведення, внутрішня і зовнішня взаємодія між якими породжує багаторівневу економічну структуру.

М. Коваленко (Коваленко, 2011) також наголошує на існуванні зв'язків між структурними елементами банківського сектору.

Існує ще й протилежна думка відносно неможливості використання системного підходу до розуміння сутності банківського сектору з позиції відсутності зв'язків між її елементами.

Л. П. Кондрацька (Кондрацька, 2016, с.172) зауважує, що структура системи являє собою сукупність специфічних взаємозв'язків і взаємодій, завдяки яким виникають нові цілісні властивості, що притаманні тільки системі і відсутні у її складових елементах. Ці властивості називають емерджентними, а системний ефект – емергенсу.

І. І. Д'яконова (Д'яконова, 2008, с.25-26) відносить інтегративність до основних системних властивостей банківської системи та

зауважує на тому, що перенесення на банківську систему властивостей банків заперечує її соціальний характер та є неможливим. Проте, таке обґрунтування щодо відмінностей понять «банківський сектор» та «банківська система» є справедливим, якщо банківський сектор розглядають як сукупність банків без включення мегарегулятора.

Як і у випадку із поняттям «банківська система», поняття «банківський сектор» не можна розглядати або лише з точки зору інституційної ознаки, або лише як об'єкт системного дослідження. Це ґрунтується на такій же аргументації, що й у випадку з поняттям «банківська система». Більш того, підтвердженням доцільності комплексного розгляду при визначенні сутнісної змістовності банківського сектору як інституційної, так й системної ознак є врахування важливості одночасного розгляду при розкритті теоретичного розуміння поняття «банківський сектор» таких інституційних одиниць, як головний банк та інші банки країни.

Відтак, системна ознака при розкритті сутнісної змістовності поняття «банківський сектор» є важливим елементом доповнення до інституційної ознаки. При цьому таке доповнення вбачається цілком необхідним та об'єктивним.

Методологія дослідження. Під час дослідження використовувалися наступні методи: контент-аналіз для порівняння поглядів науковців на визначення «банківська система» та «банківський сектор» для подальшої змістовної інтерпретації та у сходженні від різноманіття текстового наукового матеріалу до абстрактної моделі вмісту тексту. Застосування контент-аналізу дало змогу довести синонімічність понять «банківська система» та «банківський сектор». У дослідженні застосовувався метод аналізу та синтезу. Завдяки цьому логічному оператору було визначено спільне та відмінне у досліджених поняттях. Застосування вказаних вище методів дало змогу отримати наукові результати, досягти визначеної мети та досягти поставлених завдань.

Основні результати. Розгляд понять «банківська система» та «банківський сектор» як об'єкта системних досліджень та з урахуванням інституційної ознаки дозволяє визначити такі поняття синонімічними. При цьому, проявом такої синонімічності слід вважати застосування однакових показників при розкритті практичних питань з визначення дієвості та функціонування як банківської системи, так й банківського сектору. Більш того, така синонімічність може бути підтверджена й з погляду того, що як банківська система, так і банківський сектор входять до складу систем вищого порядку – кредитної системи та фінансового сектору.

Наведене визначає важливість врахування банківської системи та банківського сектору при визначенні їх як об'єктів системних досліджень. Це ж дозволяє говорити й про те, що врахування поняття «система» при визначенні відмічених дефініцій є природним, бо вони входять до складу вищих за рівнем систем, а відтак – це також враховується при їх розкритті з погляду системної ознаки.

Однак, поруч із цим, виникає запитання – а чи достатнє врахування лише встановленої вище синонімічності між поняттями «банківська система» та «банківський сектор» для їх повного розкриття у теоретичному сенсі? Для відповіді на таке запитання розглянемо дещо інші приклади визначення сутнісної змістовності досліджуваних дефініцій.

З одного боку, з погляду банківської системи, можна відмітити чітку підпорядкованість її окремих елементів, де, як дієвий та основний елемент такого угруповання, виступає головний банк країни з відповідними повноважними функціями управління, якому підпорядковані інші банки країни.

З іншого боку, з погляду банківського сектору, не можна визначити таку загальну підпорядкованість між окремими його елементами, хоча вони, як було встановлено вище, є тотожними до поняття «банківська система».

Розглядаючи структурно банківський сектор, можна, насамперед, визначити ті зв'язки між його окремими елементами, які пояснюються сукупністю економічної взаємодії з приводу рухомості відповідних фінансових потоків, як між окремими елементами банківського сектору, так й іншими секторами економіки.

При цьому, підпорядкованість тотожних елементів банківського сектору та банківської системи полягає у належності до вищих систем, які за принциповою сутністю спрямовані на вирішення здебільш однакових проблемних аспектів (однак, з різних практичних позицій, вони мають тотожну теоретичну базу).

Відповідно до цього, ми маємо не тільки підпорядкованість більш вищестоящим системам, але й напрями сформованих управлінських впливів – як між окремими інституціональними одиницями, які їх утворюють, так й з погляду взаємодії з іншими системами, до яких вони відносяться або з якими взаємодіють.

У випадку з банківською системою – сформовані управлінські впливи, переважно, визначаються відповідно до засад формування та реалізації грошово-кредитної, макропруденційної та мікропруденційної політик. Окремі висновки відповідно до даного твердження було сформульовано у попередніх дослідженнях авторів (Погореленко,

2014), (Погореленко & Глущенко, 2021), в контексті розгляду питань державного регулювання банківської системи. У випадку банківського сектору – сформовані управлінські впливи спрямовані, скоріше, відповідно до потреб та умов розвитку фінансового сектору та інших секторів економіки країни.

Водночас з цим, підкресленням різноспрямованості управлінських впливів, можна вважати присутню наявність підпорядкованості розвитку банківського сектору банківській системі, де ключова роль такого управління відводиться головному банку країни. Це, знову, говорить про різні за рівнем організації управлінські впливи, які формуються такими угрупованнями.

Разом з цим, сформовані управлінські впливи, з погляду банківського сектору, у досліджуваному просторі «банківський сектор –

банківська система», є зворотними для впливів з погляду банківської системи. Тобто, такі зворотні впливи можна визначити як реакцію банківського сектору на свій розвиток, який відбувається й відповідно до сформованих впливів з боку банківської системи.

Враховуючи відмічене, як розбіжності між поняттями «банківська система» та «банківський сектор», які узагальнено в табл.1, відмітимо окремі застосовані різновиди управління:

– для банківської системи - це, переважно, безпосередня реакція на сформовані нею ж управлінські впливи;

– для банківського сектору – це вплив, переважно, ланцюгового характеру, як його реакція на сформовані впливи з боку банківської системи.

Таблиця 1. Спільні риси та відмінності понять «банківська система» та «банківський сектор» в контексті системного аналізу та секторального поділу економіки

Table 1. Common features and differences between the concepts of "banking system" and "banking sector" in the context of systemic analysis and sectoral division of the economy

Критерій порівняння	«Банківська система»	«Банківський сектор»
спільне:		
Перелік інституціональних елементів	центральний банк + комерційні банки	
Врахування системного підходу до поєднання окремих елементів	підпорядкованість більш вищестоящим системам	
наявні відмінності:		
<ul style="list-style-type: none"> - організація структури їх побудови, яка й визначає рівень взаємодії між різними їх елементами - різні за напрямками управлінські впливи 		
Структура побудови	Чітка підпорядкованість: - центральний банк з відповідними функціями управління - інші банки	Підпорядкованість елементів не визначається чітко, хоча й і є тотожною до поняття «банківська система». Основа зв'язків – взаємодія з приводу відповідних фінансових потоків, як між окремими елементами сектору, так й з іншими секторами економіки
Ознака побудови	Інституціональна (множина структурних одиниць) + системна (наявні зв'язки між окремими інституційними утвореннями)	Секторальна
Роль центрального банку при розгляді	Враховується	Не враховується (як правило): при розгляді сукупності комерційних банків. Враховується: при секторальному розгляді економіки та розподілі на державний та підприємницький (фінансовий та нефінансовий) сектори
Спрямованість управлінських впливів	Відповідно до засад формування та реалізації грошово-кредитної, макропруденційної та мікропруденційної політик	Відповідно до потреб та умов розвитку фінансового сектору, інших секторів економіки країни.
Напрямок організації управлінських впливів	Безпосередній: безпосередня реакція системи на сформовані нею ж управлінські впливи	Ланцюговий: реакція банківського сектору відповідно до сформованих впливів з боку банківської системи

Доречність такого різнопланового розгляду відмінностей понять «банківська система» та «банківський сектор» підтверджується, тим, що, зокрема, В. В. Масленніков та Ю. А. Соколов (Масленніков & Соколов, 2006) підкреслюють, що банківська система – це складна модель, включена у системи вищого рівня, які історично розвинулись під впливом зовнішніх та внутрішніх процесів, що репрезентують повний набір організацій, які здійснюють банківську діяльність, а також виконують функції внутрішнього управління. Утім, при узагальненні сутнісного розуміння понять «банківський сектор» та «банківська система» слід виходити із загального генезису розвитку різних угруповань банків, де як, правильно визначає більшість фахівців, поняття «банківська система» має історичний ракурс (Масленніков & Соколов, 2006; Алямкін, 2013; Онищенко, 2008).

Сутність такого ракурсу полягає у взаємній трансформації між банківським сектором та банківською системою протягом часу та формуванні різноманітних банківських систем, відповідно до існуючих умов ведення банківської діяльності та напрямів розвитку економіки в окремих країнах.

Банківський сектор та банківська система загалом відображають окремі ознаки угруповань банків, їх можливі форми організації, коли, зокрема, згідно з дослідженням Ю. І. Онищенко (Онищенко, 2008, с.74), розгляд кожної нової ознаки все більш обмежує

перелік об'єктів, що підпадають під визначення, але, разом з тим, все більш розгорнуто та змістовно їх характеризує.

Висновки. За результатами проведеного аналізу виявлено, що на рівні таких ознак, як перелік інституціональних елементів досліджуваних угруповань та врахування системного підходу до поєднання окремих елементів, суттєвих відмінностей між досліджуваними дефініціями не спостерігається. Це дозволяє говорити про тотожність їхнього змісту.

Разом з цим, виявлено значні розбіжності у теоретичному розумінні сутнісної змістовності цих понять за критерієм структурної організації банківського сектору та банківської системи, їх підпорядкованості вищестоящим системам з приводу встановлення економічної взаємодії між різними суб'єктами господарювання та, відповідно, до різновидів і типів сформованих управлінських впливів. Зокрема, чітко не визначається підпорядкованість елементів; для банківської системи характерна інституціональна й системна побудова з множиною структурних одиниць та зв'язками між ними.

Обґрунтовано, що управлінські впливи на банківську систему здійснюються відповідно до засад формування та реалізації макропроденційної та грошово-кредитної політики, тоді як на банківський сектор – відповідно до потреб та умов розвитку секторів економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Карчева Г. Т. Ефективність функціонування та перспективи розвитку банківської системи України. НАН України. Інститут економіки та прогнозування. К., 2012. 520 с.
2. Реверчук О. Банківський сектор та його структура в Україні. *Формування ринкової економіки*. 2009. № 19. С. 420–424.
3. Дяконова І. І. Поняття банківської системи та особливості банківської системи України. *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка*. 2008. № 1. С. 183–190.
4. Масленніков В.В., Соколов Ю.А. Національні банківські системи. *Банки та банківські системи*. 2006. № 3. С.4–16.
5. Алямкін Р. В. Теоретичні підходи до визначення категорії «економічна безпека банківського сектора». *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2013. № 6. С. 116–121.
6. Elnahass M., Trinh V. Q., Li T. Global banking stability in the shadow of Covid-19 outbreak. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*. 2021. Vol. 72. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2021.101322>
7. Laeven L., Valencia F. Systemic Banking Crises Database II. *IMF Econ Rev*. 2020. Vol. 68. Pp. 307–361. DOI: <https://doi.org/10.1057/s41308-020-00107-3>
8. Kitamura K. The Future of Fintech in the Context of the Japanese Main Bank System. In: Khare, A., Ishikura, H., Baber, W. (eds). *Transforming Japanese Business. Future of Business and Finance*. 2020. DOI: https://doi.org/10.1007/978-981-15-0327-6_17
9. Thakor, A. V. Fintech and Banking: What Do We Know? *Journal of Financial Intermediation*. 2019. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jfi.2019.100833>
10. Garg P., Gupta B., Chauhan A. K., Sivarajah U., Gupta Sh., Modgil S. Measuring the perceived benefits of implementing blockchain technology in the banking sector. *Technological Forecasting and Social Change*. 2021. Vol. 163(C). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120407>
11. Онищенко Ю. І. Банківська система як об'єкт системних досліджень. *Економічні науки. Серія «Облік і фінанси»: збірник наукових праць Луцького національного технічного університету*. 2008. Ч. 2. Вип. 5 (20). С. 72–79.
12. Затварська О. О. Банківська система України та основні напрями її розвитку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.04.01. Київ, 2004. 19 с.
13. Матвієнко В. П. Філософсько-економічні погляди. Київ : «Наукова думка», 2003. 304 с.
14. Орлюк О. П. Банківська система України. Правові засади організації. К. : Юніком Інтер, 2003. 240 с.
15. Гроші та кредит : підручник / М.І. Савлук М. І., А.М. Мороз, І.М. Лазепко та ін.; за наук. ред. М.І. Савлука. 6-те вид., перероб. і доп. К. : КНЕУ, 2011. 589 с.
16. Кириленко В. Банківська система та перспективи її розвитку в Україні. *Журнал Європейської Економіки*. 2010. № 9, Т.3. С. 352–375.
17. Савелко Т. В. Особливості банківської системи України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 22. С. 41–44.

18. Златіна Н. Теоретично-правова основа визначення поняття банківської системи. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Юридичні науки*. 2013. Вип. 4. С. 49-52.
19. Дяконова І. І. Методологічні засади розвитку банківського нагляду на базі системної організації банківської діяльності : дис. на здоб. наук. ступеня докт. екон. наук : 08.00.08. Суми, 2008. 395 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/51773> (дата звернення: 04.10.2023).
20. Мордань Є. Ю. Визначення сутності поняття «банківська система» та її елементів як об'єктів державного регулювання. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Економічні науки*. 2016. № 2 (7). С. 29-38.
21. Хайлук С. О. Поняття ефективності банківської системи та методи її оцінки. *Економіка. Управління. Інновації*. 2014. № 1. С.191-197.
22. Адамик Б. Теоретико-методичні засади впливу процесів глобалізації на банківську систему України. *Економічний аналіз*. 2009. Вип.4. С. 105-111.
23. Латковська Т. А. Фінансово-правове регулювання організації та функціонування банківської системи в Україні та зарубіжних країнах: порівняльно-правовий аналіз : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. юр. наук : спец. 12.00.07. Одеса, 2008. 37 с.
24. Грищенко О. О., Головка М. Й. Трансформація банківської системи в сучасних умовах господарювання: зарубіжний досвід. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2012. Вип. 3 (24). С. 126-144.
25. Костюченко О. А. Банківське право: навч. посібник. К. : КНЕУ, 1999. 168 с.
26. Дзюблюк О. В. Сутність банківської системи та її роль в економіці ринкового типу. *Фінанси України*. 2002. № 8. С. 79-85.
27. Качан Х. І. Теоретико-концептуальні засади банківської системи. *Науково-інформаційний вісник Івано-Франківського університету права імені Короля Данила Галицького*. 2014. № 10. С. 245-250.
28. Мордань Є. Ю. Визначення сутності поняття «банківська система» та її елементів як об'єктів державного регулювання. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Економічні науки*. 2016. № 2 (7). С. 29-38.
29. Благун І. І. Місце банківської системи в соціально-економічній системі України. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. № 6(1). С. 162-165.
30. Коваленко В. В. Трансформаційні напрями розвитку банківської системи України. *Економічний форум*. 2015. № 2. С. 286-295.
31. Барановський О. І. Стійкість банківської системи України. *Фінанси України*. 2007. № 9. С. 75-87.
32. Семенов А. Ю. Взаємодія банківського і реального секторів економіки України: основні тенденції. *Фінанси, облік, банки*. 2010. № 1 (16). С. 181-188.
33. Коваленко М. Державне регулювання банківського сектору економіки України. URL: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2011/2011_02\(9\)/11kmmseu.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2011/2011_02(9)/11kmmseu.pdf) (дата звернення: 04.10.2023).
34. Кондрацька Л. П. Обґрунтування наукових кроків до використання emergent strategies у контексті переваг та ризиків. *Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова*. 2016. Вип. 8 (50), Т.21. С.60-66.
35. Погореленко Н. П. Теоретичний погляд щодо взаємності та розбіжності між поняттями «банківська система» та «банківський сектор». *Вісник Черкаського Університету. Серія: Економічні науки*. 2014. № 12(305). С. 93-99.
36. Погореленко Н. П., Глуценко О. В. Прогнозування: сутність і значення для реалізації монетарної політики. *Економічна теорія та право*. 2021. № 4 (47). С. 25-52. DOI: <https://doi.org/10.31359/2411-5584-2021-47-4-25>

Стаття надійшла до редакції 22.10.2023 р.

Стаття рекомендована до друку 25.11.2023 р.

Nataliia Pohorelenko*, D.Sc. (Economics), Professor
 pogorelenko.n.p@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-9815-9818>

Olha Hlushchenko*, D.Sc. (Economics), Associate Professor
 Olhahlushchenko@karazin.ua
<https://orcid.org/0000-0001-5856-3373>

* V.N. Karazin Kharkiv National University, 4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine

ESSENTIAL UNDERSTANDING OF THE CONCEPT "BANKING SYSTEM" IN THE CONTEXT OF SYSTEM ANALYSIS AND SECTORAL DIVISION OF THE ECONOMY

Abstract. The article is devoted to justifying the need to increase the effectiveness of regulations to ensure the financial stability of the banking system by conducting a theoretical analysis of the concepts "banking system" and "banking sector". This presupposes, first of all, a balanced consideration of the applied terminology, since the proper theoretical background allows not only to define, but also to describe in detail the scope and directions of the conducted research, to specify its main goal and main tasks.

The importance of this research is related to the fact that it is banking activity that significantly

affects other components of the economic system, because it determines the coordination of a significant share of the movement of financial flows between business entities. The reason: in one way or another, researchers have to note the ramifications and volumes of such activities taking into account a single bank or some combination of them, where in particular such concepts as "banking system" and "banking sector" are used.

It was found that at the level of such features as the list of institutional elements of the studied groups and taking into account the systemic approach to the combination of individual elements, there are no significant differences between the studied definitions. This allows us to talk about the identity of their content.

At the same time, disagreements in the theoretical understanding of the essential content of these concepts according to the criterion of the structural organization of the banking sector and the banking system, their subordination to higher systems regarding the establishment of economic interaction between various economic entities and, accordingly, to the varieties and types of management influences formed - confirm the problem issues related to consideration of banking activity from the point of view of a number of banks or sectoral consideration of certain types of economic activity in general. In particular, the subordination of elements is not clearly defined; the banking system is characterized by an institutional and systemic structure with multiple structural units and connections between them.

Key words: Banking System, Banking Sector, System Analysis, Sectoral Division, Financial Stability, Managerial Influences.

JEL Classification: E42; E59; G21.

REFERENCES

- Karcheva, G. T. (2012). *Efficiency of functioning and prospects of development of the banking system of Ukraine*. National Academy of Sciences of Ukraine. Institute of Economics and Forecasting. Kiev.
- Reverchuk, O. (2009). The banking sector and its structure in Ukraine. *Formation of market economy*, 19, 420-424.
- Dyakonova, I. I. (2008). The concept of the banking system and features of the banking system of Ukraine. *Bulletin of Sumy State University. Economics series*, 1, 183-190.
- Maslennikov, V. V., & Sokolov, Y. A. (2008). National banking systems. *Banks and banking systems*, 3, 4-16.
- Alyamkin, R. V. (2013). Theoretical approaches to the definition of the category "economic security of the banking sector". *Scientific notes of the Institute of legislation of the Verkhovna Rada of Ukraine*, 6, 116-121.
- Elnahass, M., Trinh, V. Q., & Li, T. (2021). Global banking stability in the shadow of Covid-19 outbreak. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 72. doi: <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2021.101322>
- Laeven, L., & Valencia, F. (2020). Systemic Banking Crises Database II. *IMF Econ Rev*, 68, 307-361. doi: <https://doi.org/10.1057/s41308-020-00107-3>
- Kitamura, K. (2020). The Future of Fintech in the Context of the Japanese Main Bank System. In: Khare, A., Ishikura, H., Baber, W. (eds) *Transforming Japanese Business. Future of Business and Finance*. doi: https://doi.org/10.1007/978-981-15-0327-6_17
- Thakor, A. V. (2019). Fintech and Banking: What Do We Know? *Journal of Financial Intermediation*, July 30, 2019. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jfi.2019.100833>
- Garg, P., Gupta, B., Chauhan, A. K., Sivarajah, U., Gupta, Sh., & Modgil, S. (2021). Measuring the perceived benefits of implementing blockchain technology in the banking sector. *Technological Forecasting and Social Change*, 163(C).
- Onishchenko, Y. I. (2008). Banking system as an object of systemic research. *Economic sciences. Series "Accounting and finance": collection of scientific works of the Lutsk National Technical University*, 5 (20), 72-79.
- Zatvarska, O. O. (2004). *The banking system of Ukraine and the main directions of its development*. PhD thesis for the degree of Candidate of Economic Sciences: speciality 08.04.01 Kyiv. 19 c.
- Matvienko, V. P. (2003). *Philosophical and economic views*. Kyiv: Naukova Dumka.
- Orliuk, O. P. (2003). *Banking system of Ukraine. Legal principles of organisation*. Kyiv: Unicom Inter.
- Savluk, M. I., Moroz, A. M., Lazepko, I. M. (2011). *Money and Credit: Textbook, 6th edition, revised and supplemented*. K.: KNEW, 2011.
- Kirilenko, V. (2010). Banking system and prospects of its development in Ukraine. *Journal of European Economics*, 9 (3), 352-375.
- Savelko, T. V. (2011). Features of the banking system of Ukraine. *Investments: practice and experience*, 22, 41-44.
- Zlatina, N. (2013). Theoretical and legal basis for defining the concept of the banking system. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Legal sciences*, 4, 49-52.
- Dyakonova, I. I. (2008). *Methodological principles of banking supervision development on the basis of systemic organisation of banking activity*. PhD thesis for the degree of Doctor of Economics: 08.00.08. Sumy. Retrieved from <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/51773>.
- Mordan, E. Y. (2016). Defining the essence of the concept of "banking system" and its elements as objects of state regulation. *Scientific Bulletin of V. O. Sukhomlynskyi Mykolaiiv National University. Economic Sciences*, 2 (7), 29-38.
- Hailuk, S. O. (2014). The concept of banking system efficiency and methods of its assessment. *Economics. Management. Innovations*, 1, 191-197.
- Adamic, B. (2009). Theoretical and methodological foundations of the impact of globalisation processes on the banking system of Ukraine. *Economic analysis*, 4, 105-111.
- Latkovska, T. A. (2008). *Financial and legal regulation of the organisation and functioning of the banking system in Ukraine and foreign countries: comparative legal analysis*: PhD thesis for the degree of Doctor of Law: speciality 12.00.07. Odesa.

24. Grishchenko, O. O., & Golovko, M. Y. (2012). Transformation of the banking system in modern economic conditions: foreign experience. *Problems of theory and methodology of accounting, control and analysis*, 3 (24), 126-144.
25. Kostyuchenko, O. A. (1999). *Banking law: a textbook*. Kyiv: KNEU.
26. Dziublyuk, O. V. (2002). The essence of the banking system and its role in a market economy. *Finance of Ukraine*, 8, 79-85.
27. Kachan, H. I. (2014). Theoretical and conceptual foundations of the banking system. *Scientific and Information Bulletin of the Ivano-Frankivsk University of Law named after King Danylo Halytskyi*, 10, 245-250.
28. Mordan, E. Y. (2016). Defining the essence of the concept of "banking system" and its elements as objects of state regulation. *Scientific Bulletin of V. O. Sukhomlynskyi Mykolaiv National University. Economic Sciences*, 2 (7), 29-38.
29. Blahun, I. I. (2014). The place of the banking system in the socio-economic system of Ukraine. *Bulletin of Khmelnytsky National University. Economic Sciences*, 6(1), 162-165.
30. Kovalenko, V. V. (2015). Transformational directions of development of the banking system of Ukraine. *Economic Forum*, 2, 286-295.
31. Baranovskyi, O. I. (2007). Sustainability of the banking system of Ukraine. *Finansy Ukrainy*, 9, 75-87.
32. Semenog, A. Y. (2010). Interaction of the banking and real sectors of the Ukrainian economy: main trends. *Finance, accounting, banking*, 1 (16), 181-188.
33. Kovalenko, M. (2011). State regulation of the banking sector of the Ukrainian economy. Retrieved from [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2011/2011_02\(9\)/11kmmseu.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2011/2011_02(9)/11kmmseu.pdf)
34. Kondratska, L. P. (2016). Substantiation of scientific steps towards the use of emergent strategies in the context of benefits and risks. *Bulletin of the Odesa I.I. Mechnikov National University*, 8 (50), 21, 60-66.
35. Pogorelenko, N. P. (2014). A theoretical view on the reciprocity and difference between the concepts of "banking system" and "banking sector". *Herald of Cherkasy University. Series: Economic Sciences*, 12(305), 93-99.
36. Pohorelenko, N. P., & Hlushchenko, O. V. (2021). Forecasting: the essence and importance for the implementation of monetary policy. *Economic theory and law*, 4 (47), 25-52. doi: <https://doi.org/10.31359/2411-5584-2021-47-4-25>

The article was received by the editors 22.10.2023.

The article is recommended for printing 25.11.2023.

<https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-08>
УДК [336.1:330.341.2]:35.072.6

Андрій Володимирович Хмельков

кандидат наук з державного управління, доцент
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна
khemelkov@karazin.ua
<https://orcid.org/0000-0001-5470-604X>

**ІНСТИТУЦІЙНИЙ ДИЗАЙН АНАЛІТИЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ
ІНСТИТУТУ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ**

Стаття присвячена пошуку шляхів досягнення стабільності публічних фінансів, через модернізацію відносин, що позитивно змінюють інфраструктуру фінансового середовища і в першу чергу, це стосується інститутів, що функціонують в ній. Об'єктом дослідження є інститут фінансового контролю. Предметом дослідження є аналітичні інструменти діагностики та оцінки якості здійснення державного фінансового контролю в країні з боку агентів інституту фінансового контролю. Застосування аналітичних інструментів з вказаною метою можна віднести до роботи з великими даними тобто «big data», а процес з їх використанням як робота з «raw data» за допомоги «data mining» та «data extraction».

Наявний стан справ з якістю даних у звітності контролюючих інституцій, зважаючи на їх обсяг призводить до думки щодо можливості певної суб'єктивності у звітних даних контролюючих інституцій, що порушує об'єктивність отриманого результату для користувача їх звітності. В свою чергу, відсутність об'єктивних даних у вказаному розрізі, призводить до негативних причин та їх наслідків. Подолання яких і буде присвячено цей науковий пошук.

Дослідження стане підґрунтям для вирішення важливого завдання для теорії, методології та практики фінансової науки, і, в першу чергу, з питань фінансового аудиту (Government auditing), від модернізації звітності, оцінки, діагностики та цілевстановлення контролюючих інституцій до удосконалення роботи з опрацювання та аналізу великих даних та встановлення критеріїв для можливості застосування AI (Artificial Intelligence).

Головним результатом здійсненого наукового пошуку є запропонований вперше інституційний дизайн як повноважень інституту фінансового контролю так і його результативності у вигляді показників та параметрів Формули дієвого контролю – тобто їх діджиталізація, для цифрового/чисельного їх відображення. Методом реалізації дизайну обрано формалізований запис яким пропишемо повноваження та результативність як множини та, відповідно, точки множини її структури. Формалізацію було реалізовано за допомоги розробленої універсальної формули показника (або Формула множини показника), записану за допомогою певного абстрактного ідентифікатора для запису точки множини, як структурного елементу того чи іншого показника. При цьому, формалізований запис абстрактного ідентифікатора елементної структури того чи іншого показника використовує певний код. Вказана Формула є додатковим аналітичним інструментом (для окремих задач) так і інструмент, що застосовується для поглибленого аналізу. Формула множини показника, по суті, є конвертором для перетворення унормованих фінансових понять (процесів, явищ тощо), з інституційної сфери фінансового контролю, в їх цифровий/чисельний вигляд – тобто конвертор діджиталізації.

Ключові слова: **інституційна інфраструктура, інституційний дизайн, інститут фінансового контролю, публічні фінанси, big data, data mining, data extraction, raw data.**

JEL Classification: G2; G280; G290; H61.

Як цитувати: Хмельков, А. В. (2023). Інституційний дизайн аналітичних інструментів інституту фінансового контролю. *Соціальна економіка*, 66, 71-98. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-08>

In cites: Khmelkov, A. (2023). Institutional design of analytical tools of the financial control institution. *Social Economics*, 66, 71-98. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-08> (In Ukrainian)

Вступ. Не існує стабільності публічних фінансів¹, без модернізації відносин, що позитивно змінюють інфраструктуру фінансового середовища і в першу чергу це стосується інститутів, які функціонують в ній. Саме тому, відносини, що реалізуються як у процесах формування та використання публічних коштів, так і у процесах управління публічними коштами та контролі за ними, повинні постійно аналізуватися, та, у разі потреби, позитивно оновлюватися з урахуванням визначених пріоритетів. Керуючись цим твердженням, нами було визначено формулу² дієвого та високоефективного інституту фінансового контролю країни (далі – Формула дієвого контролю), з наступним визначенням, що за сутнісними характеристиками та ознаками інституту фінансового контролю, параметри цієї формули є результатом спрямованим на фінансову вигоду для суспільства у вартісному виразі (Хмельков, 2021). В подальшому, завдяки вказаній Формулі дієвого контролю та обумовлених причинно-наслідкових зв'язків між її показниками, ми отримали можливість розробити певну кількість аналітичних інструментів оцінки якості здійснення державного фінансового контролю в країні з прикладами їх застосування³. Всі ці показники, повною мірою можна віднести до роботи з великими даними⁴ тобто «big data»⁵, а процес з їх використанням як робота з «raw data»⁶ за допомоги «data mining» та «data

extraction»⁷. Існуючі аналітичні інструменти, під час досліджень результату контролюючих інституцій, сприймали результат факту зі звітності⁸ як вичерпну даність, з подальшим порівнянням її з розрахунковим результатом, за параметрами вказаної Формули дієвого контролю, а також з можливістю порівняння періодів і, головне, надавали можливість розраховувати ймовірний результат⁹. Однак, згаданий аналітичний інструментарій, крім порівняння обсягів за принципом: «факт звітності – параметр формули», не надавав можливості для більш поглибленого дослідження внутрішньої якості фактичних даних, тобто не надавав можливість дослідити стан справ повною мірою стосовно використання наявних повноважень відносно мети та завдань контролю.

Причини такого становища наступні: перше, недосконалість аналітичних інструментів через їх обмеженість задля більш поглибленого аналізу; по-друге, якість «raw data» для аналізу, тобто звітність контролюючих інституцій. Наявний стан справ з якістю даних у звітності¹⁰ контролюючих інституцій, зважаючи на їх обсяг¹¹ призводить до думки щодо можливості певної суб'єктивності у звітних даних контролюючих інституцій, що порушує об'єктивність отриманого результату для користувача їх звітності. Через те, що дослідник результативності та користувач звітності контролюючих інституцій не має можливості

¹ Розроблений та введений у науковий обіг індикативний показник стабільності публічних фінансів (I_{SPF^1}) ґрунтується на балансуванні вартісного виразу публічних фінансів та має номінальне значення (I_{SPF^1} – прагне нуля). (Хмельков, 2018).

² $\begin{cases} AL_{TSCPF}^{*Y} \rightarrow 0 \\ R \rightarrow 100\% \\ CA = TSC_{PF}^{*Y} \end{cases}$ – формула дієвого та високоефективного інституту фінансового контролю країни (Хмельков, 2019);

³ Додатково дивись – «Збірник ситуаційних вправ з державного фінансового контролю» (Хмельков, 2022a), де наведені аналітичні інструменти, інтегровані з практикою контролю через використання певним чином баз даних у вигляді офіційно опублікованих щорічних публічних звітів суб'єктів контролю та офіційної звітності з публічних фінансів, а також алгоритми їх застосування задля вивчення та оцінювання якості функціонування системи державного фінансового контролю країни та її суб'єктів. Більше того, наведені аналітичні формули та алгоритми їх застосування створюють ґрунтовні умови для здійснення інтерпретації об'єктивних даних з метою додаткової оцінки результативності практики фінансового контролю.

⁴ Примітка: при вивченні даних за якими розраховуються зазначені показники, потрібно буде застосувати навички з raw data, data mining, data extraction (Хмельков, 2022a).

⁵ З причин того, що предметно-об'єктна сфера контролю має обсяг у розмірі публічних фінансів країни на відповідний поточний, звітний або плановий період.

⁶ «Контролюючі інституції мають власну звітність, як аналітичну, так і статистичну, задля відображення отриманих показників результативності. Ці дані будуть для нашої дослідницької мети – «raw data...» (Хмельков, 2022a).

⁷ «... Процес отримання нових об'єктивних даних, тобто «data mining» та роботи з ними, зокрема «data extraction» ...» (Хмельков, 2022a).

⁸ Примітка: до звітності контролюючих інституцій відноситься річна звітність оприлюднена на їх офіційних сайтах, зокрема: Річні звіти Рахункової палати (за відповідний рік); Статистичні звіти («форма № 1 – кр»; «форма № 3 – кр»; «форма № 2 – дфк») Державної аудиторської служби України, угрупованні до Результатів діяльності за відповідний рік. Також, до звітності щодо внутрішнього виду контролю та його підрозділів внутрішнього аудиту, відноситься: Інформація про стан внутрішнього контролю та внутрішнього аудиту (зокрема за даними форми звітності «№1-ДВА») підготовлена Центральним підрозділом гармонізації (Департамент гармонізації державного внутрішнього фінансового контролю Міністерства фінансів України). (сторінка звітності з сайту РПУ; сторінка звітності з сайту ДАСУ; сторінка звітності з сайту МФУ).

⁹ Показник – ймовірний збиток, тобто різновид показника AL_{TSCPF}^{*Y} – ймовірний показник $AL_{TSCPF}^{*Y_{(poss.)}}$. Розрахунок ймовірного збитку дозволяє отримати більш реальне враження від стану справ у питаннях поведінки з публічними фінансами та стану справ з державним фінансовим контролем країни (Хмельков, 2022a).

¹⁰ Примітка: під час цього дослідження, вивчалася звітність контролюючих інституцій, за всі оприлюднені періоди, зокрема і за 2022 рік.

¹¹ Повторно зазначимо – предметно-об'єктна сфера контролю має обсяг у розмірі публічних фінансів країни на відповідний поточний, звітний або плановий період.

отримати повні та щорічні данні у координатах «повноваження–результат» в розрізі: за всіма наявними видами порушень¹; за всіма наявними повноваженнями щодо предметно-об'єктної сфери; за всіма наявними методами контролю²; за всіма наявними заходами з відшкодуванням виявлених порушень; за всією наявною структурою та обсягом предмету контролю.

Відсутність об'єктивних даних, у вказаному розрізі, у звітності контролюючих інституцій, призводить до такого: перш за все, надається можливість у здійсненні вибіркової контролюючої діяльності, з негативними наслідками, стосовно: – потрібної періодичності здійснення контролю за переліком предмету контролю, що надає можливості не здійснювати постійний контроль за всією структурою предмету контролю; – балансу розподілу майнових, часових та трудових ресурсів контролюючої інституції між методами контролю, з наданням переваги тому чи іншому методу за власним розсудом; – фокусуванню на окремих порушеннях бюджетного законодавства, а не на перевірці за всією структурою визначених порушень; – відшкодування встановлених збитків; по друге, надається можливість для створення певної імітації результативності агентів інституту фінансового контролю і, як наслідок, подальше нарощування збитків від їх функціонування замість створення фінансової вигоди суспільству від існування інституту фінансового контролю; по третє, не створюється умов та підґрунтя задля удосконалення функціонування контролюючих інституцій.

Подоланню визначених причин та їх наслідків і буде присвячено цей науковий пошук.

На підґрунті вищевказаного, ми маємо можливість сформулювати мету представленого дослідження як – застосування принципів інституційного дизайну стосовно удосконалення аналітичних інструментів Формули дієвого контролю та їх застосування у звітності інституту фінансового контролю для її (звітності) удосконалення, що дозволить вимірювати результативність дій інституту фінансового контролю від наявних в нього повноважень з контролю, в координатах «повноваження–результат», шляхом їх діджиталізації.

Результатом дослідження стане вирішення важливого завдання для теорії, методології та практики фінансової науки, і в першу чергу з питань фінансового аудиту (Government auditing), а саме:

– удосконалення роботи з опрацювання та аналізу великих даних (тобто «big data») в сфері фінансового контролю;

– набуття можливості застосування отриманих результатів задля модернізації звітності контролюючих інституцій;

– додатковий інструментарій задля діагностики та надання оцінки результативності дій інституту фінансового контролю, зокрема його агентів;

– можливість застосування задля цілевстановлення наступних контрольних заходів для контролюючої інституції;

– використання у методології аудиту відповідності (Compliance audit);

– встановлення критеріїв для можливості застосування AI (Artificial Intelligence) у сфері державного фінансового контролю.

Огляд літератури. Оглядова частина поєднує у собі три субчастини: перша, охоплює роботи з інституційного аналізу, зокрема нормативно-правові аспекти, друга – охоплює напрацювання з сучасної практики фінансового контролю Раму Прасад Доте (Dote, 2020), Харіб Саїд Аль-Амімі (Al Amimi, 2020), а третя – Авторські напрацювання з питань якості існуючої практики контролю та теоретичних розробок на її удосконалення (Хмельков, 2017, 2018, 2019, 2021, 2022а, 2022б), у яких було закладено підґрунтя цього дослідження.

Методологія дослідження. Методи інституційного аналізу, такі як: компаративний аналіз та нормативно-правовий аналіз фінансового законодавства, метод формалізації, що створюють умови досягнути заплановане дослідження.

Основні результати. Функціонал інституту фінансового контролю розкривається завдяки певним його діям, що охарактеризовані як: методи контролю та методи примусу (Хмельков, 2021). Саме перерахований функціонал забезпечує виконання визначених параметрів Формули дієвого контролю, а це, в свою чергу, забезпечує процес унеможливлення безконтрольного формування, накопичення та використання публічних ресурсів у повному обсязі, а у разі встановлення порушень забезпечити відшкодування збитків у повному обсязі, це є відображенням причинно-наслідкових зв'язків, що відбуваються в інституті фінансового контролю. Однак, вказані дії повинні бути забезпечені вичерпними повноваженнями інституту фінансового контролю та його агентами (або – Powers).

Таким чином, якщо ми маємо на меті високоефективне функціонування інституту фінансового контролю та його агентів, нам потрібно мати аналітичні інструменти, що надають можливість не тільки вивчати отриманий інститутом фінансового контролю результат

¹ За всім переліком, згідно бюджетного законодавства.

² За всією площиною національних повноважень суб'єктів контролю, а також у порівнянні до наднаціональних методів.

та ще й порівнювати його з встановленими параметрами Формули дієвого контролю. Нам також потрібні аналітичні інструменти для дослідження причинно-наслідкових зв'язків які відбуваються в інституті фінансового контролю в координатах «повноваження-результат», завдяки чому досягаються або не досягаються параметри «факт звітності-параметр формули». Для цього нам потрібно діджиталізувати законодавчо унормовані повноваження інституту фінансового контролю та його агентів, за показниками та параметрами Формули дієвого контролю, а також діджиталізувати законодавче унормування самих показників та параметрів Формули дієвого контролю, шляхом їх числового запису. Тобто, по суті, зробимо перетворення текстового запису у числовий всіх питань щодо повноважень агентів інституту контролю, щодо їх предметно-об'єктної сфери, а також щодо визначених та виявляємих видів фінансових порушень та заходів за ними. Це надає можливість наочно досліджувати фінансовий ефект або його відсутність від наявних повноважень, як за їх повним переліком так і від окремого повноваження, у інституті фінансового контролю та оцінити здатність принести фінансову вигоду для суспільства ним. Результат такого дослідження звітності контролюючих інституцій становитиме об'єктивне підґрунтя для подальшого удосконалення функціоналу інституту фінансового контролю країни щодо підвищення якості контрольованого використання публічних ресурсів.

З метою цифрового/чисельного відображення інституційного дизайну як повноважень інституту фінансового контролю так і його результативності у вигляді показників та параметрів Формули дієвого контролю – тобто їх діджиталізація – доцільно вдатися до формалізованого запису: записати як множину та відповідно точки множини їх структури. У разі додаткової потреби відображення внутрішньої характеристики показника, дослі-

дження буде враховувати трьохмірність аудиту¹: контролююча інституція (або – the auditor²); об'єкт контролю та його відповідальні особи (або – a responsible party³); користувач такої звітності (або – intended users⁴).

На початку, нам потрібно розробити універсальну формулу показника (далі - Формула множини показника), записану за допомогою певного абстрактного ідентифікатора для запису точки множини, як структурного елементу того чи іншого показника. Зважаючи на те що, показники результативності інституту фінансового контролю та його агентів відображають в сумарному обсязі законодавчо унормовані фінансові поняття (процеси, явища, тощо), саме через які розкриваються повноваження інституту фінансового контролю, тому під час формалізованого запису для абстрактного ідентифікатора елементної структури того чи іншого показника будемо використовувати наступний код, а саме:

$$X = \{x: y_1 | y_2, y_3, y_4, y_5 | = n; u = n\} \quad (1)^5;$$

6; 7; 8

Формула множини показника

де X – показник, або його різновид, тобто субпоказник (в даному випадку – множина);

x – структурний елемент того чи іншого показника (в даному випадку – точка множини);

y₁ – вказується: або аббревіатура з назви акту фінансового законодавства яким регулюється питання що досліджується та/або про яке звітується; або назва методу фінансового контролю; тощо. В залежності від того що характеризує показник і чим ця характеристика передається та/або визначається;

y₂ – вказується номер статті акту фінансового законодавства;

y₃ – вказується номер пункту до статті акту фінансового законодавства;

y₄ – вказується номер підпункту у пункті до статті акту фінансового законодавства;

¹ Public-sector audits involve at least three separate parties: the auditor, a responsible party and intended users. (Elements of Public-sector Auditing, ISSAI - 100).

² «The auditor: In public-sector auditing the role of auditor is fulfilled by the Head of the SAI and by persons to whom the task of conducting the audits is delegated. (Elements of Public-sector Auditing, ISSAI - 100)».

³ «The responsible party: In public-sector auditing the relevant responsibilities are determined by constitutional or legislative arrangement. The responsible parties may be responsible for the subject matter information, for managing the subject matter or for addressing recommendations, and may be individuals or organisations. (Elements of Public-sector Auditing, ISSAI - 100)».

⁴ «Intended users: The individuals, organisations or classes thereof for whom the auditor prepares the audit report. The intended users may be legislative or oversight bodies, those charged with governance or the general public.» (ISSAI 100).

⁵ Загальний вигляд запису кодування елементної структури того чи іншого показника, але можливі відхилення при збереженні черговості запису – дивись примітку 16, або на кількість елементів.

⁶ Зауважимо, у разі відсутності сумарного вкладу у обсяг показника, допускається кодування елементу показника за неповною схемою – навіть лише за y₁., або за y₁ та y₂, тощо. Головне зберігати загальний підхід (черговість) до порядку кодування.

⁷ З метою підвищення об'єктивності показника та зниження помилки закладається додатковий структурний елемент показника.

⁸ Неприпустимо виключати елемент показника або показник в цілому, у разі наявності нульового результату. Таке виключення одразу знижує інформативність. Навіть більше, така звітність втрачає сенс як перевірка результативності. Тобто об'єктивність за принципом – checklist – порушується і знов залишається суб'єктивні показники результативності.

y_5 – вказується номер абзацу у підпункту відповідного пункту до статті акту фінансового законодавства;

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

$x: y_1|y_2.y_3.y_4.y_5$ – повний код елементної структури (з встановлених та/або відомих елементів показника) точки множини;

u – (де u – unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

Проміжний висновок до запропонованої Формули множини показника. Вказана Формула є додатковим аналітичним інструментом (для окремих задач) так і інструментом, що застосовується для поглибленого аналізу, який здійснюється вже існуючими аналітичними інструментами виміру результативності контролюючих інституцій та інституту фінансового контролю в цілому. Формули множини показника по суті є конвертором для перетворення унормованих фінансових понять (процесів, явищ тощо), зі сфери інституту фінансового контролю, в їх цифровий/чисельний вигляд – тобто конвертор для діджиталізації. Формула застосовується до всіх аспектів інституту фінансового контролю: повноважень; результативності; фінансових порушень тощо. Під час застосування Формули множини показника стосовно визначених показників, ми керувалися власним твердженням – «що компетенція інституту контролю має бути в практиці застосування окреслена по межах сьогоденної предметно-об'єктної сфери контролю, зафіксованої нормативними актами, а в теоретичному дослідженні постійно окреслювати контури нових меж сфери контролю» (Хмельков, 2017), тому під час запису показників як множини та її точки фіксували як унормований перелік повноважень, предмету та об'єктів контролю так і теоретичний. Обирати до точок множини по кожному показнику ті дані, що мають перспективу чисельного запису, обсягу сум. Також, маючи на меті підвищення об'єктивності подальших аналітичних дій з показниками, доцільно якомога детально підбирати точки множин, намагаючись охопити всю тематику показника за всією притаманною показнику предметно-об'єктною сферою. В залежності від того як у фінансовому законодавстві унормовано повноваження агента інституту фінансового контролю – вказано або лише у статті акту, або у статті з пунктом, підпунктом та абзацом

до неї, або лише у пункті акту, або у пункті з підпунктом та абзацом до нього – відповідно точка множини може бути передана або за повним кодом елементної структури, наприклад: $x: y_1|y_2.y_3.y_4.y_5$ або за частковим, наприклад: $x: y_1$ або $x: y_1|y_2$; $x: y_1|y_2.y_3$; $x: y_1|y_2.y_3.y_4$ або $x: y_1|y_3$; $x: y_1|y_3.y_4$; $x: y_1|y_3.y_4.y_5$. Під час застосування формули є неприпустимим укрупнення точок множин (наприклад: використовувати тільки y_2 або y_2 та y_3 , при наявності ще y_4 та y_5), тобто при формульному запису потрібна деталізація як можна за більшою кількістю y . Обов'язково обирати до точок множини не встановлений або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури – $u=n$, тим самим закладаючи умови на доопрацювання формули множини. У разі, якщо дослідження або прикладна діяльність стикається з певним дисбалансом між теоретично обґрунтованим обсягом або структурою будь якого показника та його практичного обчислення, допускається формалізований запис показника як множини лише з – $u=n$, що вже буде певним результатом аналізу стану справ. Саме така дрібна деталізація дозволить проводити аналіз функціонування інституту фінансового контролю та його агентів максимально об'єктивно, ґрунтовно та детально. Формула множини показника за окремим показником може включати, на перший погляд схожі, точки множин, однак в цьому є доцільність спрямована на унеможливлення пропуску даних, так як в нормативних актах регулювання питання та його розкриття може відбуватися в декількох статтях тощо. Також застосування трьохмірності аудиту під час формалізованого запису буде додатковим ідентифікатором задля передачі сенсу дій що відбуваються в інституті фінансового контролю. Зауважимо, що масштабом у Формулах множини показника за окремим показником обрано – інститут фінансового контролю в цілому, тобто результат наводиться в цілому по інституту, без виокремлення того чи іншого його агента¹. Однак, під час використання результатів дослідження у практичній площині, за допомоги запропонованої Формули множини показника через її ідентифікатор є повна можливість проводити дослідження в розрізі відокремленого агента або навіть в розрізі відокремленого питання – для детального аналізу потрібно брати лише ті точки множин у кожному показнику, що мають порівняний характер між собою, відповідно до логіки зазначеної інформації в них, навіть шляхом побудови відповідних формул з множиною за тематичними питанням, за кожним показником.

¹ Примітка: такими агентами, за різновидами видів контролю – зовнішнім та внутрішнім, є: Рахункова палата, Державна аудиторська служба та підрозділи внутрішнього аудиту.

Застосуємо розроблену Формулу множини показника до параметрів та належних їм показників з Формули дієвого контролю, а також до існуючих повноважень інституту фінансового контролю країни, що і забезпечують досягнення цих параметрів.

Першим кроком буде дослідження наявних повноважень у інституті фінансового контролю – або показник PWS (або – Powers). Показник PWS має наступну структуру яку можна охарактеризувати:

– за трьохмірністю аудиту, при цьому отримуємо різновид показника PWS: субпоказник PWS_{TheA} – як повноваження того чи іншого агента інституту контролю;

– за певними діями, що охарактеризовані таким чином: методи контролю та методи примусу, при цьому отримуємо: різновиди субпоказника PWS_{TheA} : $PWS_{TheA(CM)}$ – вигляді повноважень щодо дій з організації та здійснення контролю за предметно-об'єктною сферою; $PWS_{TheA(EF)}$ – у вигляді повноважень щодо дій з примусу стосовно відшкодування та поновлення витрат і надходжень, проведених з порушенням законодавства об'єктами контролю відносно предмета контролю.

У формалізованому вигляді, викладену структуру показника PWS за всіма його субпоказниками, можна записати як множину та відповідно точки множини, а саме:

а) за трьохмірністю аудиту:

$$PWS = \{PWS_{TheA} = n; u = n\} \quad (2)^1$$

де: - PWS – (де PWS - Powers) показник повноважень інституту фінансового контролю;

- PWS_{TheA} – (де: $TheA$ – The Auditor) показник повного переліку повноважень того чи іншого агента інституту контролю;

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

$$2) \quad PWS_{TheA(CM)} = \{pws_{TheA(CM):BCU[110.1]} = n; \quad pws_{TheA(CM):BCU[15.2]} = n; \quad pws_{TheA(CM):BCU[26.2]} = n; \\ pws_{TheA(CM):BCU[31.3]} = n; \quad pws_{TheA(CM):BCU[62.1]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[4.1]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[4.2]} = n; \\ pws_{TheA(CM):LU576[4.3]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[4.4]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[7.1.1.1]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[7.1.1.2]} = n; \\ pws_{TheA(CM):LU576[7.1.1.3]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[7.1.1.4]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[7.1.1.5]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[7.1.1.6]} = n; \\ pws_{TheA(CM):LU576[7.1.1.7]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[7.1.1.8]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[7.1.1.9]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[7.1.1.10]} = n; \\ pws_{TheA(CM):LU576[7.1.1.11]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[7.1.1.12]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[7.1.1.13]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[7.1.2]} = n; \\ pws_{TheA(CM):LU576[7.1.3]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[7.1.4]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[7.1.5]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[7.1.6]} = n; \\ pws_{TheA(CM):LU576[7.1.6^1]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[7.1.7]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[7.1.12]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[7.2]} = n; \\ pws_{TheA(CM):LU576[9.1.1]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[9.1.2]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[9.1.3]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[9.1.4]} = n; \\ pws_{TheA(CM):LU576[9.1.5]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[9.1.6]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[9.1.7]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[9.1.8]} = n; \\ pws_{TheA(CM):LU576[10.1]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[10.2]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[10.3]} = n; \quad pws_{TheA(CM):LU576[11.1.1]} = n;$$

u – (де u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

б) за певними діями, які охарактеризовані як: методи контролю та методи примусу:

1) $PWS_{TheA} \subset PWS$;

2) $PWS_{TheA} = \{PWS_{TheA(CM)} = n; \quad PWS_{TheA(EF)} = n; \quad u = n\}$ (3)²

де: PWS – (де PWS - Powers) показник повноважень інституту фінансового контролю;

PWS_{TheA} – (де: $TheA$ – The Auditor) показник повного переліку повноважень того чи іншого агента інституту контролю;

$PWS_{TheA(CM)}$ – (де: CM – Control Methods) показник вказує на виявлені суми порушень, за результатом зусиль національних суб'єктів та квазісуб'єктів контролю, в розрізі повноважень щодо дій з організації та здійснення контролю за предметно-об'єктною сферою, тобто як результат від їх застосування (за відповідний звітний період);

$PWS_{TheA(EF)}$ – (де: EF – Enforcement of Findings) показник вказує на суми порушень, як результат зусиль національних суб'єктів та квазісуб'єктів контролю, від застосування повноважень щодо дій з примусу стосовно відшкодування та поновлення витрат та надходжень, проведених з порушенням законодавства об'єктами контролю відносно предмета контролю, тобто як результат від їх застосування (за відповідний звітний період);

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

б1) за методами контролю:

1) $PWS_{TheA(CM)} \subset PWS_{TheA}$;

¹ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

² Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

$pws_{TheA(CM)}:LU576[11.1.2]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU576[11.1.3]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU576[11.1.4]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU576[11.1.5]=n$;
 $pws_{TheA(CM)}:LU576[11.1.5]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU576[11.2.1]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU576[11.2.2]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU576[11.2.3]=n$;
 $pws_{TheA(CM)}:LU576[12.1]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU576[12.2]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU576[13.1]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU576[13.2]=n$;
 $pws_{TheA(CM)}:LU576[14.1]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU576[15.1.1]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU576[15.1.2]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU576[15.1.3]=n$;
 $pws_{TheA(CM)}:LU576[16]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU922[7.4]=n$; $pws_{TheA(CM)}:BCU[113.1.1]=n$; $pws_{TheA(CM)}:BCU[113.1.2]=n$;
 $pws_{TheA(CM)}:BCU[113.1.3]=n$; $pws_{TheA(CM)}:BCU[113.1.4]=n$; $pws_{TheA(CM)}:BCU[113.1.4^1]=n$; $pws_{TheA(CM)}:BCU[113.1.4^2]=n$;
 $pws_{TheA(CM)}:LU43[3.3]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.2.1]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.2.2]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.3.1]=n$;
 $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.3.2]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.3.3]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.3.4]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.4.1]=n$;
 $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.4.2]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.4.3]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.4.4]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.4.5]=n$;
 $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.4.6]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.4.7]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.4.10]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.4.11]=n$;
 $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.4.12]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.4.13]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.4.14]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.4.15]=n$;
 $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.5]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.4.7]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.7^1]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.10]=n$;
 $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.11]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU43[4.17^1]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU922[7.4]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU922[8]=n$;
 $pws_{TheA(CM)}:LU631[1]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU631[3]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU631[4.1.1]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU631[4.1.2]=n$;
 $pws_{TheA(CM)}:LU631[4.1.3]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU631[4.2]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU631[4.3]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU647[1]=n$;
 $pws_{TheA(CM)}:LU710[5]=n$; $pws_{TheA(CM)}:BCU[26.3]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU1001[2]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU1001[4.3]=n$;
 $pws_{TheA(CM)}:LU1001[4.4]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU1001[5.1.3]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU1001[5.1.5]=n$; $pws_{TheA(CM)}:LU1001[5.1.7]=n$;
 $pws_{TheA(CM)}:LU1001[5.3]=n$; $u=n$ } (4)^{1;2;3}

де⁴:- PWS_{TheA} – (де: $TheA$ – The Auditor) показник повного переліку повноважень того чи іншого агенту інституту контролю;

- $PWS_{TheA(CM)}$ – (де: CM – Control Methods) показник вказує на виявлені суми порушень, за результатом зусиль національних суб'єктів та квазісуб'єктів контролю, в розрізі повноважень щодо дій з організації та здійснення контролю за предметно-об'єктною сферою, тобто як результат від їх застосування (за відповідний звітний період);

- BCU – (де: BCU – Budget Code of Ukraine) Бюджетний кодекс України;

- $LU576$ – (де: LU – Law of Ukraine) Закон 576;
 - $LU922$ – (де: LU – Law of Ukraine) Закон 922;
 - $LU43$ – (де: LU – Law of Ukraine) Положення 43;

2) $PWS_{TheA(EF)}=\{pws_{TheA(EF)}:BCU[20.6.2]=n$;

$pws_{TheA(EF)}:LU576[7.1.9]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU576[7.1.10]=n$; $pws_{TheA(EF)}:BCU[118.2]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU576[7.1.8]=n$;
 $pws_{TheA(EF)}:LU576[7.3.2]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU576[7.3.3]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU576[7.1.11]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU576[7.3.1]=n$;
 $pws_{TheA(EF)}:LU576[32.1.6]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU576[36.1]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU576[7.3.4]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU576[32.1.4]=n$;
 $pws_{TheA(EF)}:LU576[38.3]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU576[39.2]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU576[36.2.1]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU576[36.2.2]=n$;
 $pws_{TheA(EF)}:BCU[118.2]=n$; $pws_{TheA(EF)}:BCU[120.1]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU576[39.3]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU576[41.1]=n$;
 $pws_{TheA(EF)}:LU43[4.9.3]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU43[4.9.4]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU43[4.9.1]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU43[4.9.2]=n$;
 $pws_{TheA(EF)}:LU43[6.17]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU43[6.18]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU43[4.17^2]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU43[6.16]=n$;
 $pws_{TheA(EF)}:LU43[6.21]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU43[6.22]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU43[6.19]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU43[6.20]=n$;
 $pws_{TheA(EF)}:LU922[8.11]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU631[25]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU631[27]=n$; $pws_{TheA(EF)}:LU1001[5.5]=n$; $u_1=n$ } (5)^{5;6;7}

¹ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

² Примітка: кодування зроблено на підставі фінансового законодавства та законодавства, що регулює контролюючі інституції, діючого на березень 2023 року.

³ Множина записана за черговістю її точок стосовно повноважень :Рахункової палати – Держаудитслужби – підрозділів внутрішнього аудиту. До точок множин обиралися повноваження які мають перспективу чисельного запису, обсягу сум.

⁴ Увага: удамо випадку, кожну точку множини, як структурний елемент показника, заковдану за наведеним універсальним записом кодування у формулі (1), окремо розшифровувати за записом, як у фінансовому законодавстві так і у законодавстві що визначає діяльність контролюючих інституцій, не доцільно, з причин: по-перше, уникнення копіювання у дослідження норм законодавства; по-друге, саме застосування кодування і робить запис читабельним та зрозумілим для користувача звітності та дослідника показника, потрібно лише рухатись за кодом; по-третє, вірогідність внесення законодавчих змін у акти які використовувалися у кодуванні, тому, кожен раз, у подальшому, дешифрувальний запис буде додатковою перевіркою актуальності показника.

⁵ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

⁶ Примітка: ідентифікування зроблено на підставі законодавства діючого на березень 2023 року.

⁷ Множина записана за черговістю її точок стосовно повноважень :Рахункової палати – Держаудитслужби – підрозділів внутрішнього аудиту. До точок множин обиралися повноваження які мають перспективу чисельного запису, обсягу сум.

де¹: - PWS_{TheA} – показник повного переліку повноважень того чи іншого агента інституту контролю;

- $PWS_{TheA(EF)}$ – (де: EF – Enforcement of Findings) показник вказує на суми порушень, як результат зусиль національних суб'єктів та квазісуб'єктів контролю, від застосування повноважень щодо дій з примусу стосовно відшкодування та поновлення витрат та надходжень, проведених з порушенням законодавства об'єктами контролю відносно предмета контролю, тобто як результат від їх застосування (за відповідний звітний період);

- BCU – (де: BCU – Budget Code of Ukraine) Бюджетний кодекс України;

- $LU576$ – (де: LU – Law of Ukraine) Закон 576;

- $LU922$ – (де: LU – Law of Ukraine) Закон 922;

- $LU43$ – (де: LU – Law of Ukraine) Положення 43;

- $LU1001$ – (де: LU – Law of Ukraine) Порядок 1001;

- $LU631$ – (де: LU – Law of Ukraine) Порядок 631;

- $LU21$ – (де: LU – Law of Ukraine) Порядок 21;

n – результативність структурного елемента того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u – unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

Проміжний висновок до показника PWS . Вказаний показник та його субпоказники мають зв'язок у відображенні отриманих сум результативності контролюючої інституції зі всіма іншими показниками та їх субпоказниками, а саме: CA , D та R – якщо точніше, то певна частина показника PWS буде пов'язана з тим чи іншим показником або їх субпоказниками або тільки їх частинами. Так і повинно бути, з наступних причин: по-перше, у цьому і полягає та розкривається сенс наявних повноважень інституту фінансового контролю або його агентів; по-друге, показник

PWS є найбільш масштабним, тому що він враховує всіх агентів: суб'єктів та квазісуб'єктів контролю країни, різновиди їх методів контролю, різновиди заходів, що вони здійснюють з усунення виявлених порушень, різновид їх предметно-об'єктної сфери. Показник повторює у своєму поділі різновид дій інституту фінансового контролю: методи контролю та методи примусу. Тому, не слід вважати це дублюванням або тиражуванням відображення отриманих сум результатів по різних показниках. Це буде ще одним перевірючим розрахунком як під час складання звітності про результати діяльності агента інституту фінансового контролю так і користуванням нею. Сума цього показника буде дорівнювати сумі всіх показників. Однак, для детального аналізу потрібно брати лише ті точки множин у кожному показнику, які мають порівняльний характер між собою, відповідно до логіки зазначеної інформації в них.

Крім того, показник PWS , особливо субпоказник $PWS_{TheA(CM)}$, свідчить про наявне дублювання повноважень стосовно предметно-об'єктної сфери серед агентів інституту контролю.

Продовжимо наше дослідження. Відповідно до вказаної Формули дієвого контролю, показники можна поділити на: заплановані²; розраховані³ (за отриманим результатом); фактичні⁴, що відображають данні за результатами контрольних дій. Також вказана формула встановлює прагнення деяких показників (у обсягах результатів): до нуля⁵; до 100%⁶; до рівності⁷. Для мети нашого дослідження мають значення саме показники які ми віднесли до – фактичних, а також їх прагнення.

Другим кроком буде дослідження параметру $CA = TSC_{PF}^Y$ та його показника CA . При цьому, зробимо зауваження, що показник TSC_{PF}^Y ⁸ визначає предмет контролю та його склад, а не повноваження відносно нього. Тому ми, відповідно до мети нашого дос-

¹ Увага: уданому випадку, кожна точку множини, як структурний елемент показника, закодовану за наведеним універсальним записом кодування у формулі (1), окремо розшифровувати за записом, як у фінансовому законодавстві так і у законодавстві що визначає діяльність контролюючих інституцій, не доцільно, з причин: по-перше, уникнення копіювання у дослідження норм законодавства; по-друге, саме застосування кодування і робить запис читабельним та зрозумілим для користувача звітності та дослідника показника, потрібно лише рухатись за кодом.

² Примітка: таким показником є: TSC_{PF}^Y – (де TSC – Total amount of subject of the control) обсяг предмету контролю на відповідний звітний період (за плановим сукупним показником вартісного виразу публічних фінансів країни). Нагадаємо його розрахунок: $TSC_{PF}^Y = PF_R^* \times 2$, при цьому $PF_R^* = R_{CB}^* + E_{SIC}$, де PF_R^* – вартісний вираз Публічних фінансів України (за фактичним виконанням доходів) розрахований за уточненим способом; R_{CB}^* – доходна частина Зведеного бюджету України (за фактом виконання); E_{SIC} – надходження коштів Єдиного внеску (за фактом надходжень) (Хмельков, 2019).

³ Примітка: таким показником є: AL_{TSCPF}^Y – формула абсолютного збитку (набуває наступного вигляду: $AL_{TSCPF}^Y = D - R$) (Хмельков, 2019).

⁴ Примітка: такими показниками є: D – результативність агентів інституту контролю, щодо виявлення порушення законодавства, у тому числі: нецільове використання коштів; неефективне управління коштами або їх неефективне використання; порушення адміністрування доходів (за відповідний звітний період); R – результативність агентів інституту контролю, щодо відшкодування та поновлення витрат та надходжень, проведених з порушенням законодавства (за відповідний звітний період); CA – загального обсягу охоплених контролем ресурсів (Хмельков, 2019).

⁵ Примітка: таким показником є: $AL_{TSCPF}^Y \rightarrow 0$.

⁶ Примітка: таким показником є: $R \rightarrow 100\%$.

⁷ Примітка: таким показником є: $CA = TSC_{PF}^Y$.

⁸ Показник TSC_{PF}^Y є - обсяг предмета контролю за відповідний звітний період (як сукупний показник вартісного виразу публічних фінансів країни за фактом виконання).

лідження, зосередимо нашу увагу виключно на дослідженні показника CA з параметру $CA = TSC_{PF}^Y$. Показник CA – (де CA – Controlled Amounts) – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів. Він є фактичним результатом, що відображає застосування наявних повноважень інституту фінансового контролю або окремих його агентів, згрупованих у показнику $PWS_{TheA(CM)}$, щодо здійснення контрольних заходів, відносно всього обсягу прибуткової їм предметної сфери, за структурою показника TSC_{PF}^Y , у звітній період. По суті, показник CA є синтезом показників $PWS_{TheA(CM)}$ та TSC_{PF}^Y , де повноваження ($PWS_{TheA(CM)}$) визначають його структуру та поділяють показник на субпоказники відповідно до неї, а також визначають множину. Відповідно точками множин передається результат охоплених контролем ресурсів, що є предметом контролю (TSC_{PF}^Y). А відтак, він вказує як на наявні повноваження відносно предмету контролю так і на фактичне їх застосування відносно предмету контролю. Крім того, показник CA є і плановим показником (повноваження є на певний обсяг предмету контролю) і фактичним (застосовано повноважень лише на певний обсяг). Тобто повністю знаходиться в координатах – «повноваження – результат». Нас цікавить обидві його характеристики тому, що через них він повинен повністю відповідати структурі та обсягу запланованого показника – TSC_{PF}^Y , тим самим забезпечуючи виконання параметру прагнення до рівноваги – $CA = TSC_{PF}^Y$, з вищевказаної формули. Таким чином, вказана здатність показника CA вказувати на наявність або відсутність повноважень відносно всієї структури та обсягу предмету контролю, тим самим дозволяє аналізувати забезпеченість агентів інституту фінансового контролю повноваженнями відносно всього обсягу та структури предмету контролю, або навпаки. В даному випадку до всього обсягу та структури публічних фінансів країни. Відтак, тільки баланс повноважень агентів інституту зі структурою та обсягом предмету контролю, забезпечить рівновагу параметру $CA = TSC_{PF}^Y$.

Показник CA має наступну структуру яку можна охарактеризувати:

а) за повноваженнями на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в Зведеному бюджеті країни:

a1) за повноваженнями на контроль за

рештою публічних фінансів, що відображаються в Державному бюджеті країни:

a1.1) надходження бюджету;

a1.2) витрати бюджету;

a2) за повноваженнями на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в місцевих бюджетах:

a2.1) надходження бюджету;

a2.2) витрати бюджету;

б) за повноваженнями на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в єдиному соціальному внеску:

б1) за повноваження на контроль щодо адміністрування єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування;

б2) за повноваження на контроль щодо використання єдиного внеску на цілі загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджетів фондів загальнообов'язкового державного соціального і пенсійного страхування):

b2.1) пенсійне страхування;

b2.2) страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності;

b2.3) медичне страхування;

b2.4) страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності;

b2.5) страхування на випадок безробіття.

У формалізованому вигляді, викладену структуру показника CA, можна записати як множину та її елементи, а саме:

$$CA = \{CA_a = n; CA_b = n; u = n\} \quad (6)^{1;2;3}$$

де:⁴ - CA – (де CA – Controlled Amounts) загальний обсяг охоплених контролем ресурсів;

a – (де a – пункт «a») структури показника CA) повноваження на контроль за рештою публічних фінансів, які відображаються в Зведеному бюджеті країни;

b – (де b – пункт «b») структури показника CA) повноваження на контроль за рештою публічних фінансів, які відображаються в єдиному соціальному внеску;

CA_a – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, які відображаються в Зведеному бюджеті країни;

CA_b – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, які

¹ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

² Примітка: кодування зроблено на підставі законодавства діючого на березень 2023 року.

³ Увага: субпоказники побудовано відповідно до вищевикладеної структури, за якою охарактеризовано показник CA.

⁴ Увага: у даному випадку, кожну точку множини, як структурний елемент показника, формалізовано за наведеним ідентифікатором у формулі (1), окремо розшифровувати за записом, як у фінансовому законодавстві так і у законодавстві що визначає діяльність контролюючих інституцій, не доцільно, з причин: по-перше, уникнення копіювання у дослідження норм законодавства; по-друге, саме застосування ідентифікатору і робить запис читабельним та зрозумілим для користувача звітності та дослідника показника, потрібно лише рухатись за кодом; по-третє, вірогідність внесення законодавчих змін у акти які використовувалися у ідентифікаторі, тому, кожен раз, у подальшому, дешифрувальний запис буде додатковою перевіркою актуальності показника.

відображаються в єдиному соціальному внеску;

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

1) за повноваженнями на контроль за рештою публічних фінансів, які відображаються в Зведеному бюджеті країни:

$$CA_a \subset CA$$

$$CA_a = \{CA_{a1}=n; CA_{a2}=n; u=n\} \quad (7)^{1;2}$$

де: CA – (де CA – Controlled Amounts) загальний обсяг охоплених контролем ресурсів;

CA_a – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, які відображаються в Зведеному бюджеті країни;

$a1$ – (де $a1$ – пункт «a1») структури показника CA) повноваження на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в Державному бюджеті країни;

$a2$ – (де $a2$ – пункт «a2») структури показника CA) повноваження на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в місцевих бюджетах;

CA_{a1} – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в Державному бюджеті країни;

CA_{a2} – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в місцевих бюджетах;

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

$$CA_{a1.1} = \{ca_{a1.1}:SBU^{rY}=n; ca_{a1.1}:BCU[9.1.1]=n; ca_{a1.1}:BCU[9.1.2]=n; ca_{a1.1}:BCU[9.1.3]=n; ca_{a1.1}:BCU[9.1.4]=n; ca_{a1.1}:BCU[15.1.1]=n; ca_{a1.1}:BCU[15.1.2]=n; ca_{a1.1}:BCU[15.1.3]=n; ca_{a1.1}:BCU[15.1.4]=n; ca_{a1.1}:BCU[15.1.5]=n; ca_{a1.1}:BCU[15.3.1]=n; ca_{a1.1}:BCU[15.3.2]=n; ca_{a1.1}:BCU[15^1.1]=n; ca_{a1.1}:BCU[15^1.1]=n; ca_{a1.1}:BCU[15^1.2]=n; ca_{a1.1}:BCU[15^1.3]=n; ca_{a1.1}:BCU[29.2.1]=n; ca_{a1.1}:BCU[29.2.1^1]=n; ca_{a1.1}:BCU[29.2.1^2]=n; ca_{a1.1}:BCU[29.2.1^3]=n; ca_{a1.1}:BCU[29.2.2]=n; ca_{a1.1}:BCU[29.2.3]=n; ca_{a1.1}:BCU[29.2.4]=n; ca_{a1.1}:BCU[29.2.5]=n; ca_{a1.1}:BCU[29.2.5^1]=n;$$

1.1) за повноваженнями на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в Державному бюджеті країни:

$$CA_{a1} \subset CA_a$$

$$CA_{a1} = \{CA_{a1.1}=n; CA_{a1.2}=n; u=n\} \quad (8)^{3;4}$$

де: CA_a – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в Зведеному бюджеті країни;

CA_{a1} – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в Державному бюджеті країни;

$a1.1$ – (де $a1.1$ – пункт «a1.1») структури показника CA) повноваження на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються як надходження бюджету в Державному бюджеті країни;

$a1.2$ – (де $a1.2$ – пункт «a1.2») структури показника CA) повноваження на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються як витрати бюджету в Державному бюджеті країни;

$CA_{a1.1}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються як надходження бюджету в Державному бюджеті країни;

$CA_{a1.2}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються як витрати бюджету в Державному бюджеті країни;

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

1.1.1) надходження бюджету:

$$CA_{a1.1} \subset CA_{a1}$$

¹ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

² Увага: субпоказники побудовано відповідно до вищевикладеної структури, за якою охарактеризовано показник CA .

³ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

⁴ Увага: субпоказники побудовано відповідно до вищевикладеної структури, за якою охарактеризовано показник CA .

$Ca_{a1.1}:BCU[29.2.6]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.7]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.8]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.9]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.10]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.10^1]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.12]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.13]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.16]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.16^1]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.17]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.18]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.19]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.20]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.21]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.22]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.23]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.24]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.24^1]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.24^2]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.24^3]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.25]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.25^1]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.25^2]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.26]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.27]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.28]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.29]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.30]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.31]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.32]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.33]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.34]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.36]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.37]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.38]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.39]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.40]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.41]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.42]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.43]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.44]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.45]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.46]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.47]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.48]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.49]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.50]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.51]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.52]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.52^1]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.53]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.54]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.55]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.56]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.57]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.57^1]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.57^2]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.58]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.2.59]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.1]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.1]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.2]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.3]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.3^1]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.5]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.5^1]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.6]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.6^1]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.6^2]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.6^3]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.6^4]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.6^5]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.6^6]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.6^7]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.6^8]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.6^9]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.7]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.7^1]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.7^4]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.8]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.9]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.10]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.11]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.12]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.12^1]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.13]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.13^1]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.13^2]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.13^3]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.13^4]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.13^5]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.13^6]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.13^7]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.13^8]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.13^9]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[29.3.14]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[30.2.1]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[30.2.2]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[30.2.3]=n$;
 $Ca_{a1.1}:BCU[30.3.1]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[30.3.2]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[30.3.3]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[30.3.4]=n$; $Ca_{a1.1}:BCU[30.3.5]=n$;
 $Ca_{a1.1}:LU227^{fisk}_{[4.12]}=n$; $Ca_{a1.1}:LU227^{customs}_{[4.31]}=n$; $u=n$

(9)1:2

де: CA_{a1} – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в Державному бюджеті країни;

$CA_{a1.1}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються як надходження бюджету в Державному бюджеті країни;

- SBU^r – (де: SBU^r - Revenues of State Budget of Ukraine for the Year) доходи Державного бюджету України³;

- Y – рік звітного періоду;

- BCU – (де: BCU - Budget Code of Ukraine) Бюджетний кодекс України;

- $LU227^{fisk}$ – (де: LU - Law of Ukraine; де: $fisk$ – ДПС) Положення 227;

- $LU227^{customs}$ – (де: LU - Law of Ukraine; де: $customs$ – Держмитслужба) Положення 227;

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

1.1.2) витрати бюджету:

$CA_{a1.2} \subset CA_{a1}$

$CA_{a1.2} = \{ca_{a1.2}:SBU^{eY}=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.1]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.1]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.1^1]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.2^1]=n$;
 $ca_{a1.2}:BCU[30.4.2^2]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.2^3]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.2^4]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.5]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.5^1]=n$;
 $ca_{a1.2}:BCU[30.4.6]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.6^1]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.7]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.8]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.9]=n$;
 $ca_{a1.2}:BCU[30.4.10]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.11]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.12]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.13]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.14]=n$;
 $ca_{a1.2}:BCU[30.4.15]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.15^1]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.16]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.17]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.18]=n$;
 $ca_{a1.2}:BCU[30.4.19]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.20]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.21]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.22]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[30.4.23]=n$;
 $ca_{a1.2}:BCU[30.5]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[31]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[82.1.1]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[82.1.2]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[82.1.3]=n$;
 $ca_{a1.2}:BCU[83.1]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[83.2]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.1]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.1.a]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.1.6]=n$;
 $ca_{a1.2}:BCU[87.1.1.b]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.2]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.3]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.4]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.5]=n$;
 $ca_{a1.2}:BCU[87.1.6]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.6^1]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.7]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.7.a]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.7.6]=n$;
 $ca_{a1.2}:BCU[87.1.7.b]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.7.r]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.7.r]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.7.d]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.8]=n$;
 $ca_{a1.2}:BCU[87.1.8.r]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.8.e]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.8.e]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.8.x]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.8.3]=n$;
 $ca_{a1.2}:BCU[87.1.9]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.9.a]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.9.6]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.9.b]=n$; $ca_{a1.2}:BCU[87.1.9.r]=n$;

¹ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

² Увага: субпоказники побудовано відповідно до вищевикладеної структури, за якою охарактеризовано показник CA .

³ Примітка: з метою не залишення точки множини без чисельного виразу обсягу до контролю, наведемо як приклад дані за доходами Державного бюджету України на 2023 рік: «... доходи Державного бюджету України у сумі 1.390.385.786 тис. гривень, у тому числі доходи загального фонду Державного бюджету України - у сумі 1.233.790.794,1 тис. гривень та доходи спеціального фонду Державного бюджету України - у сумі 156.594.991,9 тис. гривень,...; ... повернення кредитів до Державного бюджету України у сумі 17.513.465,2 тис. гривень, у тому числі повернення кредитів до загального фонду Державного бюджету України - у сумі 13.955.383,4 тис. гривень та повернення кредитів до спеціального фонду Державного бюджету України - у сумі 3.558.081,8 тис. гривень; ...».

$$\begin{aligned}
& \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.9.r]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.9.d]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.9.e]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.9.e]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.9.ж]=n; \\
& \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.9.з]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.9.и]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.9.и]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.10]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.10.a]=n; \\
& \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.10.r]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.10.r]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.11]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.12]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.12.a]=n; \\
& \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.12.б]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.13]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.14]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.15]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.16]=n; \\
& \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.17]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.18]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.19]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.20]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.20^2]=n; \\
& \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.20^3]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[87.1.21]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[97.1.1]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[97.1.3]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[97.1.4]=n; \\
& \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[97.1.4^2]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[97.1.5]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[97.1.6]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[97.1.6^1]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[97.1.10]=n; \\
& \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[97.1.11^1]=n; \text{Ca}_{a1.2}:\text{BCU}[97.1.12]=n; u=n\} \quad (10)^{1;2}
\end{aligned}$$

де: CA_{a1} – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в Державному бюджеті країни;

$CA_{a1.2}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються як витрати бюджету в Державному бюджеті країни;

- SBU^e – (де: SBU^e - Expenses of State Budget of Ukraine for the Year) видатки Державного бюджету України³;

- Y – рік звітного періоду;

- BCU – (де: BCU - Budget Code of Ukraine) Бюджетний кодекс України;

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

1.2) за повноваженнями на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в місцевих бюджетах

$$\begin{aligned}
& CA_{a2} \subset CA_a \\
& CA_{a2} = \{CA_{a2.1}=n; CA_{a2.2}=n; u=n\} \quad (11)^{4;5}
\end{aligned}$$

де: CA_a – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в Зведеному бюджеті країни;

$$\begin{aligned}
& CA_{a2.1} = \{ca_{a2.1}:\text{LBU}^r = n; ca_{a2.1}:\text{BCU}[9.1.1]=n; ca_{a2.1}:\text{BCU}[9.1.2]=n; ca_{a2.1}:\text{BCU}[9.1.3]=n; ca_{a2.1}:\text{BCU}[9.1.4]=n; \\
& ca_{a2.1}:\text{BCU}[64.1.1]=n; ca_{a2.1}:\text{BCU}[64.1.1^1]=n; ca_{a2.1}:\text{BCU}[64.1.2]=n; ca_{a2.1}:\text{BCU}[64.1.3]=n; ca_{a2.1}:\text{BCU}[64.1.4]=n; \\
& ca_{a2.1}:\text{BCU}[64.1.4^2]=n; ca_{a2.1}:\text{BCU}[64.1.4^3]=n; ca_{a2.1}:\text{BCU}[64.1.4^3]=n; ca_{a2.1}:\text{BCU}[64.1.4^4]=n; ca_{a2.1}:\text{BCU}[64.1.5]=n;
\end{aligned}$$

¹ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

² Увага: субпоказники побудовано відповідно до вищевикладеної структури, за якою охарактеризовано показник CA .

³ Примітка: з метою не залишення точки множини без чисельного виразу обсягу до контролю, наведемо як приклад дані за видатками Державного бюджету України на 2023 рік: «... видатки Державного бюджету України у сумі 3.075.879.922,4 тис. гривень, у тому числі видатки загального фонду Державного бюджету України - у сумі 2.783.389.517,5 тис. гривень та видатки спеціального фонду Державного бюджету України - у сумі 292.490.404,9 тис. гривень;... надання кредитів з Державного бюджету України у сумі 51.706.290,7 тис. гривень, у тому числі надання кредитів із загального фонду Державного бюджету України - у сумі 8.281.023,6 тис. гривень та надання кредитів із спеціального фонду Державного бюджету України - у сумі 43.425.267,1 тис. гривень; ...».

⁴ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

⁵ Увага: субпоказники побудовано відповідно до вищевикладеної структури, за якою охарактеризовано показник CA .

CA_{a2} – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в місцевих бюджетах;

$a_{2.1}$ – (де $a_{2.1}$ – пункт «а2.1») структури показника CA) повноваження на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються як надходження бюджету в місцевих бюджетах;

$a_{2.2}$ – (де $a_{2.2}$ – пункт «а2.2») структури показника CA) повноваження на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються як витрати бюджету в місцевих бюджетах;

$CA_{a2.1}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються як надходження бюджету в місцевих бюджетах;

$CA_{a2.2}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються як витрати бюджету в місцевих бюджетах;

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

1.2.1) надходження бюджету:

$$CA_{a2.1} \subset CA_{a2}$$

$CA_{a2.1}:BCU[64.1.15]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.16]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.16]^1=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.17]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.18]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[64.1.19]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.21]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.22]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.23]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.24]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[64.1.26]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.27]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.28]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.28]^1=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.29]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[64.1.30]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.31]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.32]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.33]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.35]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[64.1.36]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.36]^1=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.36]^2=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.36]^3=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.37]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[64.1.37]^1=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.37]^2=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.38]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.38]^1=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.39]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[64.1.40]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.41]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.42]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.43]^1=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64.1.43]^2=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[64.1.44]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64^1.1.1]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64^1.1.2]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64^1.1.3]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64^1.1.4]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[64^1.1.6]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64^1.1.7]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64^1.1.8]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64^1.1.9]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64^1.1.10]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[64^1.1.11]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64^1.1.12]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64^1.1.13]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64^1.1.14]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[64^1.1.15]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[64^1.1.16]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.1]^1=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.1]^2=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.1]^3=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.3]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[66.1.4]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.4]^1=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.5]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.6]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.15]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[66.1.16]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.17]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.18]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.19]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.20]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[66.1.21]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.23]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.24]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.25]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.25]^1=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[66.1.26]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.27]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.28]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.29]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.30]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[66.1.31]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.32]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[66.1.34]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[69^1.1.1]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[69^1.1.2]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[69^1.1.3]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[69^1.1.4]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[69^1.1.4]^1=n$; $CA_{a2.1}:BCU[69^1.1.6]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[69^1.1.7]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[69^1.1.8]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[69^1.1.9]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[69^1.1.10]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[69^1.1.11]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[69^1.1.12]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[69^1.1.13]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[71.1.3]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[71.1.4]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[71.1.4]^1=n$; $CA_{a2.1}:BCU[71.1.4]^2=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[71.1.4]^3=n$; $CA_{a2.1}:BCU[71.1.4]^4=n$; $CA_{a2.1}:BCU[71.1.5]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[71.1.6]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[71.1.7]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[71.1.8]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[71.1.9]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[71.1.10]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[73.1.1]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[73.1.2]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[74.1.1]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[74.1.2]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[97.1.1]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[97.1.3]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[97.1.4]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[97.1.4]^2=n$; $CA_{a2.1}:BCU[97.1.5]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[97.1.6]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[97.1.6]^1=n$; $CA_{a2.1}:BCU[97.1.10]=n$;
 $CA_{a2.1}:BCU[97.1.11]^1=n$; $CA_{a2.1}:BCU[97.1.12]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[101.2.1]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[101.2.4]=n$; $CA_{a2.1}:BCU[101.2.5]=n$;
 $u=n$ } (12)^{1,2}

де: CA_{a2} – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в місцевих бюджетах;

$CA_{a2.1}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються як надходження бюджету в місцевих бюджетах;

- LBU^f – (де: LBU^f – Revenues of Lokal Budgets of Ukraine for the Year) доходи місцевих бюджетів України³;

- Y – рік звітного періоду;

$CA_{a2.2}=\{ca_{a2.2}:LBU^eY=n$; $ca_{a2.2}:BCU[70.1]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[70.2]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[71.2.1]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[71.2.2]=n$;
 $ca_{a2.2}:BCU[71.2.3]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[71.2.4]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[71.2.5]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[71.2.6]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[71.2.6]^1=n$;
 $ca_{a2.2}:BCU[71.2.7]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[74.1.1]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[74.1.2]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[82.1.2]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[82.1.3]=n$;
 $ca_{a2.2}:BCU[83.2]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[89.1.2]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[89.1.2]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[89.1.2.a]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[89.1.2.б]=n$;
 $ca_{a2.2}:BCU[89.1.2.в]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[89.1.2.г]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[89.1.2.д]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[89.1.2.е]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[89.1.2.ж]=n$;
 $ca_{a2.2}:BCU[89.1.2.з]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[89.1.3]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[89.1.3.г]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[89.1.3.д]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[89.1.3.е]=n$;
 $ca_{a2.2}:BCU[89.1.4]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[89.1.4.a]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[89.1.4.б]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[89.1.4.г]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[89.1.5]=n$;
 $ca_{a2.2}:BCU[89.1.6]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[90.1.1.a]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[90.1.2.a]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[90.1.2.б]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[90.1.2.в]=n$;
 $ca_{a2.2}:BCU[90.1.2.г]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[90.1.2.д]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[90.1.3.г]=n$;
 $ca_{a2.2}:BCU[90.1.3.д]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[90.1.3.е]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[90.1.3.е]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[90.1.4.a]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[90.1.4.б]=n$;
 $ca_{a2.2}:BCU[90.1.4.в]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[90.1.5.a]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[90.1.5.б]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[90.1.5.в]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[90.1.6.a]=n$;
 $ca_{a2.2}:BCU[90.1.6.б]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[90.1.7]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[91.1.1.1]^1=n$; $ca_{a2.2}:BCU[91.1.2]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[91.1.3.a]=n$;
 $ca_{a2.2}:BCU[91.1.3.б]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[91.1.3.г]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[91.1.3.г]=n$; $ca_{a2.2}:BCU[91.1.3.д]=n$;

- BCU – (де: BCU – Budget Code of Ukraine) Бюджетний кодекс України;

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u – unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

1.2.2) витрати бюджету

$CA_{a2.2} \subset CA_{a2}$

¹ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника;

² Увага: субпоказники побудовано відповідно до вищевикладеної структури, за якою охарактеризовано показник CA ;
³ Примітка: з метою не замирення точки множини без чисельного виразу до контролю, наведемо як приклад дані, а саме: доходи місцевих бюджетів розраховуються як різниця між доходами Зведеного бюджету України (за січень–грудень 2022 року становили 2196,3 млрд грн) та Державного бюджету України (отримано 1787,4 млрд грн) («Основні показники Зведеного та Державного бюджету України за січень–грудень 2021–2022 років (відповідно до місячного звіту Державної казначейської служби України від 25.01.2023)»).

$$\begin{aligned} & \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.3.e]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.5]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.6]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.7]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.8]}=n; \\ & \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.9]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.10.a]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.10.b]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.10.c]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.11]}=n; \\ & \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.12]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.13]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.14]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.15]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.16]}=n; \\ & \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.17]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.18]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.19]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.20]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.20^2]}=n; \\ & \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.20^3]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.20^4]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.20^5]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.20^6]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[91.1.21]}=n; \\ & \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[101.2.1]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[101.2.4]}=n; \quad \text{ca}_{a2.2:\text{BCU}[101.2.5]}=n; \quad u=n \end{aligned} \quad (13)^{1,2}$$

де: CA_{a2} – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в місцевих бюджетах;

$CA_{a2.2}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються як витрати бюджету в місцевих бюджетах;

- LBU^e – (де: LBU^e – Expenses of Lokal Budgets of Ukraine for the Year) видатки місцевих бюджетів України³;

- Y – рік звітного періоду;

- BCU – (де: BCU – Budget Code of Ukraine) Бюджетний кодекс України;

n – результативність структурного елемента того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u – unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

2) за повноваженнями на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в єдиному соціальному внеску:

$$\begin{aligned} & CA_b \subset CA \\ & CA_b = \{CA_{b1}; CA_{b2}; u=n\} \end{aligned} \quad (14)^{4,5}$$

де: CA – (де CA – Controlled Amounts) загальний обсяг охоплених контролем ресурсів;

CA_b – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в єдиному соціальному внеску;

$$\begin{aligned} & CA_{b1} = \{ca_{b1:\text{MVSCU}}^Y=n; \quad ca_{b1:\text{LU227}^{\text{fisk}}[4.12]}=n; \quad ca_{b1:\text{LU2464}[9.5]}=n; \quad ca_{b1:\text{LU2464}[11.1]}=n; \quad ca_{b1:\text{LU2464}[11.2]}=n; \\ & ca_{b1:\text{LU2464}[11.2.1]}=n; \quad ca_{b1:\text{LU2464}[11.2.2]}=n; \quad ca_{b1:\text{LU2464}[11.2.3]}=n; \quad ca_{b1:\text{LU2464}[12.1]}=n; \quad ca_{b1:\text{LU2464}[12.2.2]}=n; \\ & ca_{b1:\text{LU2464}[12.2.3]}=n; \quad ca_{b1:\text{LU2464}[12^1.1.1]}=n; \quad ca_{b1:\text{LU2464}[12^1.1.3]}=n; \quad ca_{b1:\text{LU2464}[13.1.5]}=n; \quad ca_{b1:\text{LU2464}[13.1.6]}=n; \\ & ca_{b1:\text{LU2464}[13.1.7]}=n; \quad ca_{b1:\text{LU2464}[13.1.8]}=n; \quad ca_{b1:\text{LU2464}[13.1.9]}=n; \quad u=n \end{aligned} \quad (15)^{6,7}$$

b_1 – (де b_1 – пункт «b1») структури показника CA) повноваження на контроль за адмініструванням єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування;

b_2 – (де b_2 – пункт «b2») структури показника CA) повноваження на контроль за використанням єдиного внеску на цілі загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджетів фондів загальнообов'язкового державного соціального і пенсійного страхування);

CA_{b1} – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за адмініструванням єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування;

CA_{b2} – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за використанням єдиного внеску на цілі загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджетів фондів загальнообов'язкового державного соціального і пенсійного страхування);

n – результативність структурного елемента того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u – unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

2.1) за повноваженнями на контроль щодо адміністрування єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування:

$$CA_{b1} \subset CA_b$$

¹ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

² Увага: субпоказники побудовано відповідно до вищевикладеної структури, за якою охарактеризовано показник CA .

³ Примітка: з метою не залишення точки множини без чисельного виразу обсягу до контролю, наведемо як приклад дані, а саме: видатки місцевих бюджетів розраховуються як різниця між видатками Зведеного бюджету України (за січень–грудень 2022 року становили 3043,5 млрд грн) та Державного бюджету України (становили 2705,4 млрд грн) («Основні показники Зведеного та Державного бюджету України за січень–грудень 2021–2022 років (відповідно до місячного звіту Державної казначейської служби України від 25.01.2023)»).

⁴ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

⁵ Увага: субпоказники побудовано відповідно до вищевикладеної структури, за якою охарактеризовано показник CA .

⁶ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

⁷ Увага: субпоказники побудовано відповідно до вищевикладеної структури, за якою охарактеризовано показник CA .

де: CA_b – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в єдиному соціальному внеску;

CA_{b1} – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за адмініструванням єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування;

- (де: $MVSCU$ – Maximum Value of Single Contribution of Ukraine) Сума надходжень коштів єдиного внеску України, за звітний період¹;

- Y – рік звітного періоду;

- LU_{227}^{fisk} – (де: LU – Law of Ukraine; де: $fisk$ – ДПС) Положення 227;

- LU_{2464} – (де: LU – Law of Ukraine) Закон 2464;

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u – unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

2.2) за повноваженнями на контроль щодо використання єдиного внеску на цілі загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджетів фондів загальнообов'язкового державного соціального і пенсійного страхування):

$$CA_{b2} \subset CA_b$$

$$CA_{b2} = \{CA_{b2.1}; CA_{b2.2}; CA_{b2.3}; CA_{b2.4}; CA_{b2.5}; u = n\} \quad (16)^{2,3}$$

де: CA_b – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за рештою публічних фінансів, що відображаються в єдиному соціальному внеску;

CA_{b2} – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за використанням єдиного внеску на цілі загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджетів фондів загальнообов'язкового державного соціального і пенсійного страхування);

$b_{2.1}$ – (де $b_{2.1}$ – пункт «b2.1») структури показника CA) повноваження на контроль за використанням єдиного внеску на цілі пенсійного страхування як різновиду загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджету Пенсійного фонду);

б2.2 – (де $b_{2.2}$ – пункт «b2.2») структури показника CA) повноваження на контроль за використанням єдиного внеску на цілі страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності як різновиду загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджету відповідного фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування);

$b_{2.3}$ – (де $b_{2.3}$ – пункт «b2.3») структури показника CA) повноваження на контроль за використанням єдиного внеску на цілі медичного страхування як різновиду загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджету відповідного фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування);

$b_{2.4}$ – (де $b_{2.4}$ – пункт «b2.4») структури показника CA) повноваження на контроль за використанням єдиного внеску на цілі страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, що спричинили втрату працездатності як різновид загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджету відповідного фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування);

$b_{2.5}$ – (де $b_{2.5}$ – пункт «b2.5») структури показника CA) повноваження на контроль за використанням єдиного внеску на цілі страхування на випадок безробіття як різновид загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджету відповідного фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування);

$CA_{b2.1}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за використанням єдиного внеску на цілі пенсійного страхування як різновиду загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджету Пенсійного фонду);

$CA_{b2.2}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за використанням єдиного внеску на цілі страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності як різновиду загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджету відповідного фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування);

$CA_{b2.3}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за використанням єдиного внеску на цілі страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності як різновиду загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджету відповідного фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування);

$CA_{b2.4}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за використанням єдиного внеску на цілі страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, що спричинили втрату працездатності як різновид загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджету відповідного фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування);

¹ Примітка: з метою не залишення точки множини без чисельного виразу обсягу до контролю, наведемо як приклад дані щодо сум надходжень коштів єдиного внеску: «Станом на 01.01.2023 сума надходжень коштів від сплати єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (далі – єдиний внесок) становить 425 250,6 млн. грн.»

² Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

³ Увага: субпоказники побудовано відповідно до вищевикладеної структури, за якою охарактеризовано показник CA .

на контроль за використанням єдиного внеску на цілі медичного страхування як різновиду загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджету відповідного фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування);

$CA_{b2.4}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за використанням єдиного внеску на цілі страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, що спричинили втрату працездатності як різновид загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджету відповідного фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування);

$CA_{b2.5}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за використанням єдиного внеску на цілі страхування на випадок безробіття як різновид загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджету відповідного фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування);

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

2.2.1) пенсійне страхування:

$$CA_{b2.1} \subset CA_{b2} \\ CA_{b2.1} = \{ca_{b2.1}:BPFU^Y=n; u=n\} \quad (17)^{1;2}$$

де: CA_{b2} – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за використанням єдиного внеску на цілі загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджетів фондів загальнообов'язкового державного соціального і пенсійного страхування);

$CA_{b2.1}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень

на контроль за використанням єдиного внеску на цілі пенсійного страхування як різновиду загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджету Пенсійного фонду);

$BPFU^Y$ – (де: $BPFU$ – Budget of the Pension Fund of Ukraine) Бюджет Пенсійного фонду України³;

Y – рік звітного періоду;

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

2.2.2) страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності:

$$CA_{b2.2} \subset CA_{b2} \\ CA_{b2.2} = \{ca_{b2.2}:BPFU^Y=n; u=n\} \quad (18)^{4;5}$$

де: CA_{b2} – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за використанням єдиного внеску на цілі загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджетів фондів загальнообов'язкового державного соціального і пенсійного страхування);

$CA_{b2.2}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за використанням єдиного внеску на цілі страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності як різновиду загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджету відповідного фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування);

$BPFU^Y$ – (де: $BPFU$ – Budget of the Pension Fund of Ukraine) Бюджет Пенсійного фонду України^{6;7};

Y – рік звітного періоду;

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у

¹ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

² Увага: субпоказники побудовано відповідно до вищевикладеної структури, за якою охарактеризовано показник CA .

³ Примітка: з метою не залишення точки множини без чисельного виразу обсягу до контролю, наведемо як приклад дані щодо Бюджету Пенсійного фонду України на 2022 рік: «...Усього доходів 606 880 330,2 (тис. гривень)... Усього видатків 606 880 330,2(тис. гривень)...».

⁴ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

⁵ Увага: субпоказники побудовано відповідно до вищевикладеної структури, за якою охарактеризовано показник CA .

⁶ Увага! Відповідно до змін у законодавстві, згідно з Законом 2620 (), уповноваженим органом управління в системі загальнообов'язкового державного соціального страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності та від нещасного випадку є Пенсійний фонд України.

⁷ Примітка: з метою не залишення точки множини без чисельного виразу обсягу до контролю, наведемо як приклад дані щодо Бюджету Пенсійного фонду України на 2022 рік: «...Усього доходів 606 880 330,2 (тис. гривень)... Усього видатків 606 880 330,2(тис. гривень)...».

разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

2.2.3) медичне страхування:

$$\begin{aligned} CA_{b2.3} &\subset CA_{b2} \\ CA_{b2.3} &= \{u=n\} \end{aligned} \quad (19)^{1;2}$$

де: CA_{b2} – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за використанням єдиного внеску на цілі загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджетів фондів загальнообов'язкового державного соціального і пенсійного страхування);

$CA_{b2.3}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за використанням єдиного внеску на цілі медичного страхування як різновиду загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджету відповідного фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування);

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

2.2.4) страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, що спричинили втрату працездатності:

$$\begin{aligned} CA_{b2.4} &\subset CA_{b2} \\ CA_{b2.4} &= \{ca_{b2.4}; BPFU^Y=n; u=n\} \end{aligned} \quad (20)^{3;4}$$

де: CA_{b2} – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за використанням єдиного внеску на цілі загальнообов'язкового державного

соціального страхування (кошти бюджетів фондів загальнообов'язкового державного соціального і пенсійного страхування);

$CA_{b2.4}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за використанням єдиного внеску на цілі страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, що спричинили втрату працездатності як різновид загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджету відповідного фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування);

$BPFU^Y$ – (де: $BPFU$ - Budget of the Pension Fund of Ukraine) Бюджет Пенсійного фонду України^{5;6};

Y – рік звітного періоду;

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

2.2.5) страхування на випадок безробіття:

$$\begin{aligned} CA_{b2.5} &\subset CA_{b2} \\ CA_{b2.5} &= \{ca_{b2.5}; BPSCUFU^Y=n; u=n\} \end{aligned} \quad (21)^{7;8}$$

де: CA_{b2} – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за використанням єдиного внеску на цілі загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджетів фондів загальнообов'язкового державного соціального і пенсійного страхування);

$CA_{b2.5}$ – загальний обсяг охоплених контролем ресурсів відповідно до повноважень на контроль за використанням єдиного внеску на цілі страхування на випадок безробіття як різновид загальнообов'язкового державного соціального страхування (кошти бюджету відповідного фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування);

$BPSCUFU^Y$ – (де: $BPSCUFU$ - Budget of the Public Social Compulsory Unemployment Insurance

¹ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

² Увага: субпоказники побудовано відповідно до вищевикладеної структури, за якою охарактеризовано показник CA .

³ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

⁴ Увага: субпоказники побудовано відповідно до вищевикладеної структури, за якою охарактеризовано показник CA .

⁵ Увага! Відповідно до зміни у законодавстві, згідно з Законом 2620 (), уповноваженим органом управління в системі загальнообов'язкового державного соціального страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності та від нещасного випадку є Пенсійний фонд України.

⁶ Примітка: з метою не залишення точки множини без чисельного виразу обсягу до контролю, наведемо як приклад дані щодо Бюджету Пенсійного фонду України на 2022 рік: «...Усього доходів 606 880 330,2 (тис. гривень)... Усього видатків 606 880 330,2 (тис. гривень)...».

⁷ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

⁸ Увага: субпоказники побудовано відповідно до вищевикладеної структури, за якою охарактеризовано показник CA .

Fund of Ukraine) Бюджет Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття¹;

Y – рік звітного періоду;

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

Проміжний висновок до показника СА. Важливо мати на увазі, що показник СА та всі його субпоказники, записано саме за тим вищезгаданим принципом², а відтак запис показників як множини та її точок, фіксували як унормованій, вже запроваджений у практику, перелік повноважень, предмету та об'єктів контролю так і теоретичний. Це зроблено задля наочності у порівнянні теперішньої практики фінансового контролю з теорією питання, а також для цілевстановлення до розвитку державного фінансового контролю.

Як бачимо, деякі різновиди показника СА, як множини, не розкрилися точками множини, зокрема субпоказник СА_{б1}, не розкрився точками множини, з причин відсутності у агентів відповідних повноважень на контроль збору єдиного внеску, при тому що суми такого предмету контролю мають значний обсяг та легко визначаються³ відповідно до організації контролю у фінансовому законодавстві. Таке становище свідчить про дисбаланс між повноваженнями агентів щодо контролю і притаманному інституту фінансового контролю обсягу та структурі предмету контролю, зокрема: контроль лише за надходженнями до бюджету залишає поза увагою контроль за адмініструванням єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, через те, що кошти цільових страхових фондів не включаються до складу Державного бюджету України (Закон України 16/98) та те, що єдиний внесок не входить до системи оподаткування (Закон України 2464). Також, субпоказник СА_{б2.3} не розкрився точками множини, з причин відсутності бюджету з акумульованими страхо-

вими коштами та взагалі об'єкту контролю, однак, при наявності у агентів повноважень на контроль такого предмету контролю.

Наступним кроком буде дослідження параметру $AL_{TSCPF}^{Y*} \rightarrow 0$ та його показників D та R. Відповідно до розрахунку параметру, важливою умовою досягнення його прагнення – $AL_{TSCPF}^{Y*} \rightarrow 0$ є результативні дії за методом примусу, тобто через зростання показника R, що нівелює показник D – який є результатом дій за методом контролю. Інакше кажучи, потрібна обов'язкова наявність реверсивного фінансового потоку, між двома показниками в межах параметру, шляхом відшкодування. Однак, не менш важливою умовою є розрахунок самого показника D. Тобто, до показника D потрібно зараховувати данні, що мають перспективу бути усунутими шляхом відшкодуванням, тобто такі данні що мають подальше відображення у показнику R. Таким чином, якщо фінансові дані, які досліджуються контролюючими інституціями не мають окресленої перспективи, в такому разі потрібно вирішувати це питання шляхом – або зміни повноважень інституції щодо роботи з такого типу даних, або зміни статусу такого типу даних⁴. У разі відсутності такого зв'язку між даними двох показників, прагнення параметру $AL_{TSCPF}^{Y*} \rightarrow 0$ буде недосяжним, а суспільство не отримуватиме фінансову вигоду від наявності інституту фінансового контролю в країні.

Крім того, якщо використовувати показники D та R по одинці, як показники у звітності стосовно ефективності функціонування контролюючих інституцій та інституту в цілому, для користувачів такої звітності (або – intended users) відбувається примарна результативність агентів інституту фінансового контролю, в чому користувачі аж ніяк не зацікавлені.

З огляду на вище наведені твердження, вкрай важливо мати уявлення про структуру та джерела задля зарахування сум результату до показників D та R, а від так дослідимо детально кожен з показників з параметру $AL_{TSCPF}^{Y*} \rightarrow 0$.

Розпочнемо дослідження з показника D.

Раніше, нами вже було виявлено деякі фактори впливу даних до показника D (Хмельков, 2021), однак показник D має більш розвинуту структуру і головне, має зна-

¹ Примітка: з метою не залишення точки множини без чисельного виразу обсягу до контролю, наведемо як приклад дані щодо Бюджету Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття на 2023 рік: «...Усього доходів (разом із залишком коштів на початок року) 18 260 606,3 (тис. гривень) ... Усього видатків 16 983 606,3 (тис. гривень) ...».

² Нагадаємо цей принци, який побудовано на власному ствердженні – «що компетенція інституту контролю має бути в практиці застосування окреслена по межах сьогодишньої предметно-об'єктної сфери контролю, зафіксованої нормативними актами, а в теоретичному дослідженні постійно окреслювати контури нових меж сфери контролю».

³ Наприклад: пункт 5 статті 9; пункт 1 статті 12; підпункт 2 пункту 2 статті 12; підпункт 3 пункту 2 статті 12 Закону 2464.

⁴ Прикладом такого зв'язку між фінансовими даними з якими контролююча інституція має повноваження до роботи є – зв'язок між 116 та 117 статтями Бюджетного кодексу.

чення як ключовий показник ефективності функціонування контролюючих інституцій у їх звітності. Відтак, цей показник має значення і для зацікавлених користувачів (тобто – intended users). Враховуючи визначену значимість показника доцільно дослідити його структуру детально та вплив на неї факторів, у всій сукупності. При цьому, пам'ятаємо, що інститут фінансового контролю має як наднаціональний так національний рівні, тому у підґрунтя покладемо розробки INTOSAI, за відповідними елементами контролю (Government Auditing). Відповідно до цього, отримуємо наступну структуру показника D яку можна охарактеризувати:- за внутрішніми та сторонніми факторами¹;

- за трьохмірністю аудиту², при цьому отримуємо різновиди D: субпоказник D_{TheA} ³ – як результат зусиль внутрішнього фактору; субпоказник D_{TheRP} ⁴ – як результат зусиль стороннього фактору;

- за методами контролю, у тому числі в наднаціональній площині повноважень SAI⁵ відповідно до IFPP⁶ (відповідно отримуємо різновид субпоказника $D_{TheA} - D_{TheA(IFPP/am)}$)⁷ та в площині національних повноважень суб'єктів контролю (відповідно отримуємо різновид субпоказника $D_{TheA} - D_{TheA(UA/am)}$).

У формалізованому вигляді, викладену структуру показника D за всіма його похідними субпоказниками D_{TheA} та D_{TheRP} , можна записати як множини та відповідно точки множини, а саме:

а) за трьохмірністю аудиту та за внутрішніми та сторонніми факторами:

$$D = \{D_{TheA}=n; D_{TheRP}=n; u=n\} \quad (22)^8$$

де: - D – (де D – Detecting violations of financial law) результативність агентів інсти-

туту контролю, щодо виявлення порушення законодавства, у тому числі: нецільове використання коштів; неефективне управління коштами або їх неефективне використання; порушення адміністрування доходів (за відповідний звітний період);

- D_{TheA} – (де $TheA$ – the auditor) виявлені суми порушень результатом зусиль суб'єктів контролю;

- D_{TheRP} – (де $TheA$ – the responsible party) суми порушень як результат дій об'єктів контролю з предметом контролю, виявлені суб'єктами контролю;

u – (де u – unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

б) як результат зусиль внутрішніх факторів за методами контролю, або так би мовити – похідний субпоказник $D - D_{TheA}$:

$$D_{TheA} \subset D;$$

$$D_{TheA} = \{D_{TheA(IFPP/am)}=n; D_{TheA(UA/am)}=n; u=n\} \quad (23)^9$$

де:- D – (де D – Detecting violations of financial law) результативність агентів інституту контролю, щодо виявлення порушення законодавства, у тому числі: нецільове використання коштів; неефективне управління коштами або їх неефективне використання; порушення адміністрування доходів (за відповідний звітний період);

- D_{TheA} – (де $TheA$ – the auditor) виявлені суми порушень результатом зусиль суб'єктів контролю;

- $D_{TheA(IFPP/am)}$ – (де am – audit methods) за методами контролю суб'єктів контролю, в наднаціональній площині повноважень SAI відповідно до IFPP;

n – результативність структурного еле

¹ «... елемент (D) залежить одразу від декілька факторів, внутрішніх та сторонніх:- від фактора здійснення порушень законодавства відносно з предметом контролю з боку об'єкта контролю і по суті зростання цього елемента більш залежне від активності сторонніх дій об'єкта контролю, ніж агентів інституту контролю, за логікою «чим більше порушень, тим більше виявлено» або «якби не порушували, то і виявляти було б нічого»; – від фактора професіоналізму та компетентності посадових осіб контролюючої інституції; – від фактора фінансової моралі та відповідно моральної поведінки посадовця контролюючої інституції – належно виконувати контрольні дії та не допускати зловживань, передусім корупційних.» (Хмельков, 2022а).

² Public-sector audits involve at least three separate parties: the auditor, a responsible party and intended users. (Elements of Public-sector Auditing, ISSAI - 100).

³ Показник D_{TheA} вказує на виявленні суми порушень за результатом зусиль суб'єктів контролю. Має той самий змістовний сенс для застосування/дослідження на всіх рівнях інституту фінансового контролю: на національному рівні та на наднаціональному.

⁴ Показник D_{TheRP} вказує на рівень порушень з боку об'єктів контролю щодо предмету контролю. Має той самий змістовний сенс для застосування/дослідження на всіх рівнях інституту фінансового контролю: на національному рівні та на наднаціональному.

⁵ Supreme Audit Institution.

⁶ The INTOSAI Framework of Professional Pronouncements.

⁷ Зауважимо, що $D_{TheA(IFPP/am)}$ – показник вказує на виявленні суми порушень за результатом зусиль суб'єктів контролю розрізі методів контролю, як результат від застосування методів контролю. При цьому: IFPP – (The INTOSAI Framework of Professional Pronouncements) про наднаціональний характер виміру, для умовних контролюючих інституцій будь якої країни які застосовують в своїй практиці виключно наднаціональну методологію розроблену INTOSAI; am (Audit Methods) – методи контролю які застосовуються контролюючими інституціями країни (за відповідний звітний період).

⁸ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

⁹ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

менту того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

- $D_{TheA(UA/am)}$ – (де am – audit methods) за методами контролю суб'єктів контролю, в площині національних повноважень суб'єктів контролю;

b1) за методами контролю, для використання SAI в відповідно до IFPP:

$$1) D_{TheA(IFPP/am)} \subset D_{TheA};$$

$$2) D_{TheA(IFPP/am)} = \{d_{TheA(IFPP/am):FA=n};$$

$$d_{TheA(IFPP/am):PA=n}; d_{TheA(IFPP/am):CA=n}; u=n;\} (24)^{1;2}$$

де³: - D_{TheA} – (де TheA – the auditor) виявлені суми порушень результатом зусиль суб'єктів контролю;

- $D_{TheA(IFPP/am)}$ – (де am – audit methods) за методами контролю суб'єктів контролю, в наднаціональній площині повноважень SAI відповідно до IFPP;

- FA – (де: FA – Financial Audit) результативність агентів інституту контролю, щодо виявлення порушення законодавства (за відповідний звітний період), за допомогою такого методу контролю як – фінансовий аудит, відповідно до ISSAI-200;

- PA – (де: PA – Performance Audit) результативність агентів інституту контролю, щодо виявлення порушення законодавства (за відповідний звітний період), за допомогою такого методу контролю як – аудит ефективності, відповідно до ISSAI-300;

- CA – (де: CA – Compliance Audit) результативність агентів інституту контролю, щодо виявлення порушення законодавства (за відповідний звітний період), за допомогою такого методу контролю як – аудит відповідності, відповідно до ISSAI-400;

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

- b2) за методами контролю, для використання в площині функціонування національних суб'єктів контролю:

$$1) D_{TheA(UA/am)} \subset D_{TheA};$$

$$2) D_{TheA(UA/am)} = \{d_{TheA(UA/am):FR=n};$$

$$d_{TheA(UA/am):FA=n}; d_{TheA(UA/am):PA=n}; d_{TheA(UA/am):PPA(i)=n};$$

$$d_{TheA(UA/am):PPA(m)=n}; d_{TheA(UA/am):Expert.=n};$$

$$d_{TheA(UA/am):Analys.=n}; u=n;\} (25)^{4;5}$$

де⁶: D_{TheA} – (де TheA – the auditor) виявлені суми порушень результатом зусиль суб'єктів контролю;

- $D_{TheA(UA/am)}$ – (де: UA – Україна; am – Audit Methods) показник вказує на виявлені суми порушень за результатом зусиль національних суб'єктів контролю в розрізі методів контролю, як результат від їх застосування (за відповідний звітний період);

- FR – (де: FR – Financial Revision) результативність агентів інституту контролю, щодо виявлення порушення законодавства (за відповідний звітний період), за допомогою такого методу контролю як – ревізія, відповідно до Ревізія 550;

- FA – (де: FA – Financial Audit) результативність агентів інституту контролю, щодо виявлення порушення законодавства (за відповідний звітний період), за допомогою такого методу контролю як – фінансовий аудит, відповідно до Аудит 5-5, Аудит 252, Аудит 517, Аудит 692, Аудит 698, Аудит 740, Аудит 1017, Аудит 1147;

- PA – (де: PA – Performance Audit) результативність агентів інституту контролю, щодо виявлення порушення законодавства (за відповідний звітний період), за допомогою такого методу контролю як – аудит ефективності, відповідно до повноважень, згідно з Законом 576, Аудит 252, Аудит 517, Аудит 692, Аудит 698, Аудит 740, Аудит 1017, Аудит 1147;

- $PPA(i)$ – (де: PPA – Public Procurement Audit; (i) – Inspection) результативність агентів інституту контролю, щодо виявлення порушення законодавства (за відповідний звітний період), за допомогою такого методу контролю як – контроль публічних закупівель (перевірка

¹ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

² Примітка: кодування зроблено на підставі останньої редакції стандартів, діючої на березень 2023 року.

³ Увага: у даному випадку, кожна точка множини, як структурний елемент показника, закодована за наведеним універсальним записом кодування у формулі (1) але складається лише з γ_1 – що визначає метод фінансового контролю та n.

⁴ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

⁵ Примітка: кодування зроблено на підставі законодавства діючого на березень 2023 року.

⁶ Увага: у даному випадку, кожна точка множини, як структурний елемент показника, закодована за наведеним універсальним записом кодування у формулі (1) але складається лише з γ_1 – що визначає метод фінансового контролю та n.

закупівель), відповідно до Порядок 631;

- PPA_(m) - (де: PPA – Public Procurement Audit; (m) – Monitoring) результативність агентів інституту контролю, щодо виявлення порушення законодавства (за відповідний звітний період), за допомогою такого методу контролю як – контроль публічних закупівель (мониторінг закупівель), відповідно до повноважень, згідно з Законом 922;

- Expert. - (де: Expert. – Expertise) результативність агентів інституту контролю, щодо виявлення порушення законодавства (за відповідний звітний період), за допомогою такого методу контролю як – експертиза, відповідно до повноважень, згідно з Законом 576;

- Analys. - (де: Analys. – Analysis) результативність агентів інституту контролю, щодо виявлення порушення законодавства (за відповідний звітний період), за допомогою такого ме-

тоду контролю як – аналіз, відповідно до повноважень, згідно з Законом 576;

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

c) як результат зусиль сторонніх факторів за поведінковою моделлю об'єктів контролю щодо їх добросовісності, тобто чисельний вираз дій об'єктів контролю які класифікуються у бюджетному законодавстві як порушення, або – похідний субпоказник D – D_{TheRP}:

$$D_{TheRP} \subset D;$$

$$D_{TheRP} = \{d_{TheRP:BCU[22.5.7]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.1]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.2]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.3]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.4]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.5]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.6]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.7]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.8]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.9]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.10]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.11]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.12]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.13]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.14]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.15]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.16]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.17]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.18]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.19]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.20]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.21]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.22]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.23]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.24]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.25]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.26]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.27]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.28]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.29]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.30]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.31]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.32]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.33]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.34]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.35]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.36]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.37]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.38]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.39]}=n; d_{TheRP:BCU[116.1.40]}=n; d_{TheRP:BCU[119.1.1]}=n; d_{TheRP:BCU[119.1.2]}=n; d_{TheRP:BCU[119.1.3]}=n; d_{TheRP:LU710[4^1]}=n; d_{TheRP:LU223[7]}=n; d_{TheRP:LU922[44.1]}=n; d_{TheRP:LU922[44.2]}=n; u=n;\}$$

(26)¹

де²: - D – (де D – Detecting violations of financial law) результативність агентів інституту контролю, щодо виявлення порушення законодавства, у тому числі: нецільове використання коштів; неефективне управління коштами або їх неефективне використання; порушення адміністрування доходів (за відповідний звітний період);

- D_{TheRP} – (де TheA – the responsible party) суми порушень як результат дій об'єктів контролю з предметом контролю, виявлені суб'єктами контролю;

- BCU – (де: BCU - Budget Code of Ukraine) Бюджетний кодекс України;

- LU922 – (де: LU - Law of Ukraine) Закон 922;

- LU631 – (де: LU - Law of Ukraine) Порядок 631;

LU710 – (де: LU - Law of Ukraine) Порядок 710;

LU223 – (де: LU - Law of Ukraine) Порядок 223;

n – результативність структурного елементу того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у

разі наявності даних за результатом контролю;

u – (u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

Проміжний висновок до показника D. Таким чином, важливо розуміти, що така деталізація показника D на його похідні субпоказники D_{TheA} та D_{TheRP}, дозволяє аналізувати показник D одночасно і як показник D_{TheA} і як показник D_{TheRP}, в залежності від того, що ми досліджуємо або про що ми звітуємо, а відтак:

- у разі, якщо ми досліджуємо ефективність суб'єктів контролю, то для нас показник D буде представлятися як результат зусиль внутрішніх факторів або – похідний субпоказник D_{TheA} у всіх його власних різновидах. В свою чергу, субпоказник D_{TheA} дозволяє аналізувати не тільки за зробленими зусиллями контролюючих інституцій, а також і за ефективністю застосованих методів контролю відносно об'єкта контролю а предметом контролю;

¹ Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

² Увага: уданому випадку, кожен символ множини, як структурний елемент показника, закодовану за наведеним універсальним записом кодування у формулі (1), окремо розшифровувати за записом, як у фінансовому законодавстві так і у законодавстві що визначає діяльність контролюючих інституцій, не доцільно, з причин: по-перше, уникнення копіювання у дослідження норм законодавства; по-друге, саме застосування кодування і робить запис читабельним та зрозумілим для користувача звітності та дослідника показника, потрібно лише рухатись за кодом; по-третє, вірогідність внесення законодавчих змін у акти які використовувалися у кодуванні, тому, кожен раз, у подальшому, дешифрувальний запис буде додатковою перевіркою актуальності показника.

- у разі, якщо ми досліджуємо поведінкову модель об'єктів контролю щодо їх доброчесності, то для нас показник D буде представлятися як результат зусиль сторонніх факторів або – похідний субпоказник D_{TheRP} у всіх його власних різновидах.

Також необхідно зазначити, що під час деталізації показника D і особливо субпоказника D_{TheRP} встановлено законодавчу ваду у визначенні порушень законодавства в Бюджетному кодексі, а саме: формулювання «Порушення бюджетного законодавства» передбачає чотири десятки їх різновидів, згідно статті 116, при цьому поняття «Неефективне управління коштами» або «Неефективне використання коштів» відсутні. Роз'яснюється лише поняття «Нецільове використання бюджетних коштів». У подальшому, виявлені недоліки: «Неефективне управління коштами» або «Неефективне використання коштів» відповідно не знаходять свого відображення у статті 117 – тобто в заходах впливу за порушення бюджетного законодавства. Таке становище порушує зв'язки і між показниками D та R^1 , (через закладання негативного підґрунтя показнику R – його здатності забезпечувати реверсивний фінансовий потік відшкодування встановлених порушень.) і в середині показника D – між його субпоказниками D_{TheA} та D_{TheRP} , (через те що – повноваження на контроль ефективного використання або ефективного управління у агента є, а до порушень бюджетного законодавства встановлений результат з неефективного використання або неефективного управління не відноситься, а від так вважати такі повноваження дієвими неможна).

Продовжимо детально досліджувати показники з параметру $AL_{TSCPF}^{Y*} \rightarrow 0$. Наступним показником є R.

Показник R є складовим показником показника – AL_{TSCPF}^{Y*} , так і є самостійним показником, що формує параметр $R \rightarrow 100\%$ згідно з Формулою дієвого контролю. Відповідно до визначеного поняття показника R – (де R – Reimbursements) результативність агентів інституту контролю, щодо відшкодування та поновлення витрат та надходжень, проведених з порушенням законодавства (за відповідний звітний період), структуру показ-

ника R яку можна охарактеризувати як: реверсивний фінансовий потік відшкодування забезпечений результативними діями за методом примусу відносно результату за діями контролю.

У формалізованому вигляді, викладену структуру показника R, можна записати як множини та відповідно точки множини, а саме:

$$R = \{r:BCU[20.6.2]=n; r:BCU[117.1.1]=n; r:BCU[117.1.2]=n; r:BCU[117.1.3]=n; r:BCU[117.1.4]=n; r:BCU[117.1.5]=n; r:BCU[117.1.6]=n; r:BCU[117.1.7]=n; r:BCU[117.1.8]=n; r:BCU[118]=n; r:BCU[120]=n; r:BCU[121]=n; r:CUAO[164^2]=n; r:CUAO[164^{12}]=n; r:CUAO[164^{14}]=n; r:LU922[8.7.5]=n; r:LU922[8.11]=n; r:LU922[44.1]=n; r:LU922[44.2]=n; r:LU631[25]=n; u=n\} \quad (27)^{2;3}$$

де⁴:- R – (де R – Reimbursements) результативність агентів інституту контролю, щодо відшкодування та поновлення витрат та надходжень, проведених з порушенням законодавства (за відповідний звітний період);

- BCU – (де: BCU – Budget Code of Ukraine) Бюджетний кодекс України;

CUAO – (де: CUAO – Code of Ukraine on administrative offenses) Кодекс України про адміністративні правопорушення;

- LU922 – (де: LU – Law of Ukraine) Закон 922;

- LU631 – (де: LU – Law of Ukraine) Порядок 631;

n – результативність структурного елемента того чи іншого показника, записана або як 0 – у разі відсутності даних за результатом контролю, або як фактична сума – у разі наявності даних за результатом контролю;

u – (де u - unnamed) неназваний або запасний структурний елемент того чи іншого показника з невідомим кодом елементної структури.

Проміжний висновок до показника R. Вищевизначена подвійна роль⁵ та значення показника R для інституту фінансового контролю та окремого його агента розкривається наступним чином:

- по-перше, як складовий показник показника – AL_{TSCPF}^{Y*} : - характеризує якість існуючих умов, в інституті фінансового контролю, задля реверсивного фінансового по-

¹ Примітка: про що детально було вище сказано.

² Увага! Використання формалізованого запису – як під час зчитування так і під час запису показника, відбувається з урахуванням застережень викладених у Проміжному висновку до запропонованої Формули множини показника.

³ Примітка: кодування зроблено на підставі законодавства діючого на березень 2023 року.

⁴ Увага: уданому випадку, кожен елемент множини, як структурний елемент показника, закодовану за наведеним універсальним записом кодування у формулі (1), окремо розшифрувати за записом, як у фінансовому законодавстві так і у законодавстві що визначає діяльність контролюючих інституцій, не доцільно, з причин: по-перше, уникнення копіювання у дослідження норм законодавства; по-друге, саме застосування кодування і робить запис читабельним та зрозумілим для користувача звітності та дослідника показника, потрібно лише рухатись за кодом; по-третє, вірогідність внесення законодавчих змін у акти які використовувалися у кодуванні, тому, кожен раз, у подальшому, дешифрувальний запис буде додатковою перевіркою актуальності показника.

⁵ Нагадаємо: «є як складовий показник показника – AL_{TSCPF}^{Y*} , так і є самостійним показником, що формує параметр $R \rightarrow 100\%$ згідно з Формулою дієвого контролю».

току відшкодування, забезпечений результативними діями за методом примусу відносно результату за діями контролю; - забезпечує нівелювання показника D, чим робить вклад в досягнення вказаного параметру;

- по-друге, як самостійний показник, що формує параметр $R \rightarrow 100\%$: - є надзвичайно важливим у функціоналі контролюючих інституцій, через те, він відображає фінансові результати та є грошовим вимірником в них методів примусу; - по суті, показник R, в цьому параметрі, має посилення та зв'язок з показником за методами примусу – $PWS_{TheA(EF)}$; - також цей показник можна використовувати як вимір забезпечення контрольної функції фінансів заходами відновлення фінансових порушень, з подальшим проведенням компаративного аналізу за цим питанням між двох функцій фінансів.

Проміжний висновок до всіх досліджених параметрів та їх показників зі всіма субпоказниками.

Виходячи з синтетичного характеру показників виявляється можливість їх застосувати задля факторного аналізу щодо ефективності наявних конкретних повноважень агента з контролю стосовно притаманної предметної сфери. Фактори можуть належати або до методів дій або до методів примусу. Аналітичні дії доцільно здійснювати шляхом додаткової тематичної вибірки між точками множин відповідних показників. Тобто відбувається порівняння на рівні точок множин. Для цього обов'язковою умовою є здійснення фіксування та обліку результатів, з боку контролюючої інституції (або – the auditor), з подальшим їх звітуванням, задля користувачів такої звітності (або – intended users), за всією структурою того чи іншого показника, відповідно до отриманих різновидів множин та їх точок. Для вказаної вибірки також доцільно вдаватися до формалізованого запису – подати обраний до дослідження фактор як множину та, відповідно, точки множини їх структури. При цьому потрібно враховувати, що дослідження зроблено для інституту в цілому, як відмічалось вище. Тому головна та основна вибірка робиться за окремим агентом, шля-

хом зіставлення його повноважень з його результатами. В чисельному вигляді. Таким чином ми отримуємо максимально лаконічне але одночасно в повному обсязі змістовне, об'єктивне та наочне відображення функціонування інституції, викладене мовою чисел. Одразу маємо не тільки звіт про результат та ще і початок для подальшого поглибленого аналізу факторів, що спричинили цей результат.

Також, завдяки обраному методу деталізації показників, шляхом формалізованого запису у вигляді множини та їх точок, ми отримали аналітичні інструменти задля виявлення та подолання примарної результативності інституту фінансового контролю країни. Примарність має декілька негативних наслідкових реакцій: не тільки імітує результат, а ще приховує порушення функціоналу контролюючих інституцій, нераціональне використання ними часових та людських ресурсів, і як наслідок затрати¹ на утримання агентів контролю не несуть ефекту для суспільства – як замовника та за чий кошт функціонує інститут фінансового контролю в країні. І, якщо затрати на існування інституту фінансового контролю не призводять ні до збереження публічних ресурсів, ані до відшкодування збитків, то вони, навпаки, збільшують збиток та додаються до AL_{TSCPF}^{Y*} , та утворюють новий показник – OM^{Y2} , для більш детального аналізу з боку користувачів такої звітності (або – intended users).

Висновки. Головним результатом здійсненого наукового пошуку є запропонований вперше інституційний дизайн повноважень інституту фінансового контролю так і його результативності у вигляді показників та параметрів Формули дієвого контролю – тобто їх діджиталізація, з метою цифрового/чисельного їх відображення. Методом реалізації дизайну обрано – формалізацію – записати повноваження та результативність як множину та відповідно точки множини їх структури. Формалізований запис було реалізовано за допомоги розробленої універсальної формули показника (або Формула множини показника), записано за допомогою певного

¹ Витрати на утримання контролюючої інституції, або показник – MC^Y (Хмельков, 2022a).

² Показник OM^Y – формула загального збитку для суспільства від функціонування контролюючої інституції (за окремим агентом інституту контролю країни відповідного звітного періоду). Розраховується за формулою - $OM^Y = AL_{TSCPF}^{Y*} + MC^Y$. Примітка: дані з цього показника доречно враховувати в розрахунках суспільних очікувань щодо фінансової доцільності суспільства від функціонування обраного агента інституту контролю країни або навпаки посилення збитковості суспільства (через низьку результативність здійснення контрольних функцій контролюючої інституції). За логікою, суми витрат на утримання додаються до суми абсолютного збитку, нанесеного предмету контролю, та відображають загальний збиток для суспільства від діяльності того чи іншого агента інституту контролю, навпаки його очікуванням. Чому навпаки? Тому що саме інститут контролю та його агенти утворено суспільством задля захисту публічних ресурсів під час їх акумуляції та використання, а не для фіксування збитків, нанесених під час використання публічних ресурсів, які виявлено контрольними діями. В такому випадку кошти суспільства, спрямовані на утримання контролюючої інституції, лише погіршують суспільний результат та посилюють збитковість для суспільства. Інакше кажучи, в такому випадку кошти на утримання не можуть вважатися авансованими засобами у запобіганні безконтрольному використанню публічних ресурсів. (Хмельков, 2022a).

абстрактного ідентифікатора для запису точки множини, як структурного елементу того чи іншого показника. При цьому, формалізований запис для абстрактного ідентифікатора елементної структури того чи іншого показника використовує певний код, що дозволяє передавати те що, показники результативності інституту фінансового контролю та його агентів відображають в сумарному обсязі законодавчо унормовані фінансові поняття (процеси, явища, тощо). Вказана Формула є як додатковим аналітичним інструментом (для окремих задач) так і інструментом, що застосовується задля поглибленого аналізу, який здійснюється вже існуючими аналітичними інструментами виміру результативності контролюючих інституцій та інституту фінансового контролю, в цілому. Формула множини показника, по суті, є конвертором для перетворення унормованих фінансових понять (процесів, явищ, тощо), зі сфери інституту фінансового контролю, в їх цифровий/чисельний вигляд – тобто конвертор для діджиталізації. Формула застосовується до всіх аспектів інституту фінансового контролю: повноважень; результативності; фінансових порушень тощо.

Досягнення головного результату обумовило отримання низки наступних висновків, зокрема:

по-перше, встановлено що існує дисбаланс між сучасною практикою функціонування інституту фінансового контролю в країні та теоретично обґрунтованими параметрами необхідного обсягу контролю, найбільший прояв якого є:

- у вигляді дисбалансу повноважень агентів інституту на контроль та всього обсягу і структури предмету контролю;

- у вигляді дублювання предметно-об'єктних сфер серед агентів інституту контролю;

- у вигляді дисбалансу повноважень агентів інституту на контроль та переліком порушень бюджетного законодавства;

- у вигляді дисбалансу між переліком порушень бюджетного законодавства та переліком заходів на усунення їх;

- у вигляді інформативності звітності агентів інституту;

- у вигляді примарної результативності агентів інституту фінансового контролю;

- у вигляді збільшення збитків на суми затрат на існування інституту фінансового контролю, через не забезпечення збереження публічних ресурсів, та відшкодування збитків;

- у вигляді наявних повноважень з контролю, які не мають подальшої перспек

тиви бути усунутими шляхом відшкодування; по-друге, результати дослідження підтвердили можливість їх застосування та відкривають перспективи задля вирішення завдань з теорії, методології та практики фінансової науки, і в першу чергу з питань фінансового аудиту (Government auditing), а саме:

- удосконалення роботи з опрацювання та аналізу великих даних (тобто «big data») в сфері фінансового контролю – шляхом застосування модернізованих аналітичних інструментів для отримання об'єктивних даних з результативності контролюючих інституцій;

- набуття можливості застосування отриманих результатів задля модернізації звітності контролюючих інституцій – шляхом впровадження контрольних листів (checklist) з фактів результативності контролюючих інституцій у їх звітності, у тому числі задля подальшого компаративного аналізу у координатах «повноваження–результат»;

- отримання додаткового інструментарію задля діагностики та надання оцінки результативності дій інституту фінансового контролю, зокрема його агентів – шляхом доповнення до інструментів цілісної оцінки та діагностики які пропонуються SAI PMF¹ для агентів інституту контролю з метою досягнення визначених принципів INTOSAI-P 12²;

- можливість застосування для цілевстановлення наступних контрольних заходів для контролюючої інституції – шляхом визначення планів на майбутній період контролю, через встановлення вичерпної предметно-об'єктної сфери; визначення переліку повноважень для методів контролю та методів припусу; тощо;

- використання у методології аудиту відповідності (Compliance audit) – шляхом компаративного аналізу під час розкриття питання щодо повного та відповідного використання наявних повноважень контролюючою інституцією;

- встановлення критеріїв для можливості застосування AI (Artificial Intelligence) – шляхом визначати та знаходити аномалії, закономірності тощо, відносно всього функціоналу інституту фінансового контролю або його окремих агентів, під час використання AI у якості або Robot auditors або Robotic Process Automation (Harib Saeed Al Amimi, 2020) або AI-аудитор (AI-auditor), у тому числі: і як самостійний працівник і як синтез праці між людиною та машиною де: AI-аудитор виконує «фізичну» працю (у вигляді «знахідок аномалій, тощо»), Людині-аудитору відво

¹ The Supreme Audit Institutions Performance Measurement Framework (SAI PMF).

² INTOSAI-P12 The Value and Benefits of Supreme Audit Institutions – making a difference to the lives of citizens.

диться творча праця, або розумова праця (у вигляді «інтерпретації знахідок AI-аудитора»).

Спираючись на результати проведеного дослідження ми маємо підстави обрати на-

ступними напрямками наукового пошуку – застосування отриманих результатів задля модернізації інституту фінансового контролю та його окремих агентів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бюджетний Кодекс України : Закон України від 8 липня 2010 р. № 2456-VI. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2456-17&p=1282847394309931> (дата звернення: 13.08.2023).
2. Хмельков А. В. Збірник ситуаційних вправ з державного фінансового контролю : навч. посіб. Харків :ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. 92 с.
3. Річні звіти Рахункової палати. URL: <https://rp.gov.ua/Activity/Reports/> (дата звернення: 13.08.2023).
4. Інформація про стан внутрішнього контролю та внутрішнього аудиту Міністерства фінансів України. URL: <https://mof.gov.ua/uk/informacija-pro-stan-vnutrishnogo-kontrolju-ta-vnutrishnogo-auditu> (дата звернення: 13.08.2023).
5. Інформаційна довідка щодо сум надходжень коштів єдиного внеску станом на 01 січ. 2023 р. URL: <https://www.tax.gov.ua/diyalnist-/pokazniki-roboti/nahodjennya-podatktiv-i-zboriv--obovjaz/nahodjennya-koshtiv-edinogo-vnesku/> (дата звернення: 13.08.2023).
6. Інформація про стан виконання Зведеного та Державного бюджетів України за січень–грудень 2021-2022 років. URL: https://mof.gov.ua/uk/budget_2022-538 (дата звернення: 13.08.2023).
7. Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07 груд. 1984 р. № 8073-X. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10#Text> (дата звернення: 13.08.2023).
8. Положення про Державну аудиторську службу України : Постанова Кабінету Міністрів України від 3 лют. 2016 р. № 43. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/43-2016-%D0%BF#Text> (дата звернення: 13.08.2023).
9. Про затвердження положень про Державну податкову службу України та Державну митну службу України : Постанова Кабінету Міністрів України від 6 берез. 2019 р. № 227. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/227-2019-%D0%BF#Text> (дата звернення: 13.08.2023).
10. Порядок проведення Державною аудиторською службою, її міжрегіональними територіальними органами державного фінансового аудиту діяльності суб'єктів господарювання : Постанова Кабінету Міністрів України від 27 берез. 2019 р. № 252. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/252-2019-%D0%BF#Text> (дата звернення: 13.08.2023).
11. Порядок проведення Державною аудиторською службою, її міжрегіональними територіальними органами державного фінансового аудиту Пенсійного фонду України, фондів загальнообов'язкового державного соціального страхування : Постанова Кабінету Міністрів України від 27 груд. 2018 р. № 1147. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1147-2018-%D0%BF#Text> (дата звернення: 13.08.2023).
12. Порядок проведення Державною аудиторською службою, її міжрегіональними територіальними органами державного фінансового аудиту використання інформаційних технологій : Постанова Кабінету Міністрів України від 22 трав. 2019 р. № 517. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/517-2019-%D0%BF#Text> (дата звернення: 13.08.2023).
13. Порядок проведення Державною аудиторською службою, її міжрегіональними територіальними органами державного фінансового аудиту державних (регіональних) цільових програм : Постанова Кабінету Міністрів України від 29 серп. 2018 р. № 692. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/692-2018-%D0%BF#Text> (дата звернення: 13.08.2023).
14. Порядок проведення Державною аудиторською службою, її міжрегіональними територіальними органами державного фінансового аудиту місцевих бюджетів : Постанова Кабінету Міністрів України від 12 трав. 2007 р. № 698. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-2007-%D0%BF#Text> (дата звернення: 13.08.2023).
15. Порядок проведення Державною аудиторською службою, її міжрегіональними територіальними органами державного фінансового аудиту інвестиційних проектів : Постанова Кабінету Міністрів України від 12 верес. 2018 р. № 740. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/740-2018-%D0%BF#Text> (дата звернення: 13.08.2023).
16. Порядок проведення Державною аудиторською службою, її міжрегіональними територіальними органами державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм : Постанова Кабінету Міністрів України від 10 серп. 2004 р. № 1017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2004-%D0%BF#Text> (дата звернення: 13.08.2023).
17. Порядок проведення інспектування Державною аудиторською службою, її міжрегіональними територіальними органами : Постанова Кабінету Міністрів України від 20 квіт. 2006 р. № 550. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/550-2006-%D0%BF#Text> (дата звернення: 13.08.2023).
18. Порядок проведення перевірок закупівель Державною аудиторською службою, її міжрегіональними територіальними органами : Постанова Кабінету Міністрів України від 01 серп. 2013 р. № 631. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/631-2013-%D0%BF#Text> (дата звернення: 13.08.2023).
19. Порядок здійснення оцінки ефективності бюджетних програм головними розпорядниками коштів державного бюджету : Наказ Міністерства фінансів України від 19 трав. 2020 р. № 223. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0646-20#Text> (дата звернення: 13.08.2023).
20. Про внесення змін до Закону України "Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування" та Закону України "Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування" : Закон України від 21 верес. 2022 № 2620. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2620-20/print> (дата звернення: 13.08.2023).
21. Про затвердження бюджету Пенсійного фонду України на 2022 рік : Постанова Кабінету Міністрів України від 14 жовт. 2022 р. № 1167. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1167-2022-%D0%BF#Text> (дата звернення: 13.08.2023).
22. Про затвердження бюджету Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування на випадок безробіття на 2023 рік : Постанова Кабінету Міністрів України від 31 січ. 2023 р. № 85. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85-2023-%D0%BF#Text> (дата звернення: 13.08.2023).
23. Про публічні закупівлі : Закон України від 25 груд. 2015 р. № 922. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19#Text> (дата звернення: 13.08.2023).
24. Про ефективне використання державних коштів : Постанова Кабінету Міністрів України від 11 жовт. 2016 р. № 710. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/710-2016-%D0%BF#Text> (дата звернення: 13.08.2023).
25. Про Рахункову палату : Закон України від 02 лип. 2015 р. № 576-VIII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/576-19> (дата звернення: 13.08.2023).
26. Статистичні звіти Державної аудиторської служби України. URL: <https://dasu.gov.ua/ua/plugins/userPages/53>

(дата звернення: 13.08.2023).

27. Хмельков А. В. Державний фінансовий контроль : підручник. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 228 с.
28. Хмельков А. В. Предметно-об'єктна сфера інституту контролю. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2017. Т. 1. № 22. С. 351-361.
29. Хмельков А. В. Публічні фінанси: обсяг та зміст. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2018. Т. 4. № 27. С. 428-434.
30. Хмельков А. В. Фінансові інститути і фінансовий контроль. *Економічна теорія*. 2021. № 2. С. 47-64. DOI: <https://doi.org/10.15407/etet2021.02.047>
31. Хмельков А. В. Інституційний дизайн моделі фінансового контролю: компаративний аналіз ідеалу та реалій. *Соціальна економіка*. 2022. Вип. 64. С. 79-102. DOI: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2022-64-08>
32. Khmelkov A. Volume of public finances as a subject of control. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. Vol. 4. №31. Pp. 311-318.
33. A Supreme Audit Institution (SAI). International Organization of Supreme Audit Institutions. URL: <https://www.intosai.org/about-us/overview> (дата звернення: 13.08.2023).
34. The INTOSAI Framework of Professional Pronouncements / International Organization of Supreme Audit Institutions. URL: <https://www.issai.org/professional-pronouncements/> (дата звернення: 13.08.2023).
35. The Supreme Audit Institutions Performance Measurement Framework (SAI PMF) / The INTOSAI Development Initiative (IDI). URL: <https://www.idi.no/elibrary/well-governed-sais/sai-pmf/1698-2022-sai-pmf-document/file> (дата звернення: 13.08.2023).
36. INTOSAI-P12 / International Organization of Supreme Audit Institutions. URL: https://www.intosai.org/fileadmin/downloads/documents/open_access/INTOSAI_P_11_INTOSAI_P_99/INTOSAI_P_12/INTOSAI-P-12_en.pdf (дата звернення: 13.08.2023).
37. ISSAI-100 / International Organization of Supreme Audit Institutions. URL: <https://www.issai.org/pronouncements/issai-100-fundamental-principles-of-public-sector-auditing/> (дата звернення: 13.08.2023).
38. Al Amimi H. S. The future of public sector auditing: living in times of change. *International Journal of Government Auditing*. 2020. Vol. 47, No. 1.
39. Dote R. P. Artificial Intelligence: preparing for the future of audit. *International Journal of Government Auditing*. 2020. Vol. 47, No. 4.

Стаття надійшла до редакції 08.08.2023 р.

Стаття рекомендована до друку 13.09.2023 р.

Andrii Khmelkov, PhD (Public Administration), Associate Professor, V.N. Karazin Kharkiv National University, 4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine
 khmelkov@karazin.ua
<https://orcid.org/0000-0001-5470-604X>

INSTITUTIONAL DESIGN OF ANALYTICAL TOOLS OF THE FINANCIAL CONTROL INSTITUTION

Abstract. The article is devoted to the search for ways to achieve the stability of public finances, through the modernization of relations that positively change the infrastructure of the financial environment and, first of all, it concerns the institutions operating in it. The object of the research is the Institute of Financial Control. The subject of the study is analytical tools of diagnosis and assessment of the quality of state financial control in the country by agents of the Institute of Financial Control. The use of analytical tools with the specified purpose can be attributed to work with large data, i.e. "big data", and the process of using them as work with "raw data" with the help of "data mining" and "data extraction".

The current state of affairs with the quality of data in the reporting of controlling institutions, taking into account their volume, leads to the opinion about the possibility of a certain subjectivity in the reporting data of controlling institutions, which violates the objectivity of the obtained result for the user of their reporting. In turn, the lack of objective data in the specified section leads to negative causes and their consequences. This scientific search will be devoted to overcoming them.

The research will become the basis for solving an important task for the theory, methodology and practice of financial science, and, first of all, in matters of financial auditing (Government auditing), from the modernization of reporting, assessment, diagnosis and goal setting of controlling institutions to the improvement of work on processing and analyzing big data and establishing criteria for the possibility of using AI (Artificial Intelligence).

The main result of the carried out scientific research is the first proposed institutional design of both the powers of the financial control institute and its effectiveness in the form of indicators and parameters of the Effective Control Formula - i.e. their digitization, for their digital/numerical display. A formalized record was chosen as the design implementation method, which will be used to write down the powers and effectiveness as a set and, accordingly, the points of the set of its

structure. The formalization was implemented with the help of the developed universal formula of the indicator (or Formula of the set of the indicator), written with the help of a certain abstract identifier for recording the point of the set as a structural element of one or another indicator. At the same time, the formalized record of the abstract identifier of the elemental structure of a certain indicator uses a specific code. The specified formula is an additional analytical tool (for individual tasks) and a tool used for in-depth analysis. The formula of the set of the indicator is, in fact, a converter for transforming standardized financial concepts (processes, phenomena, etc.), from the institutional sphere of financial control, into their digital/numerical form - that is, a digitization converter.

Keywords: **Big Data, Data Mining, Data Extraction, Institutional Infrastructure, Institutional Design, Institute of Financial Control, Public Finance, Raw Data.**

JEL Classification: G2; G280; G290; H61.

REFERENCES

1. Verkhovna Rada of Ukraine. (2010, July). *Budget Code of Ukraine*. Retrieved from <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2456-17&p=128284739430993>. (in Ukrainian)
2. Khmelkov, A. (2022). *A collection of situational exercises on state financial control*. Kharkiv: KhNU imeni V. N. Karazina. (In Ukrainian)
3. Accounting Chamber. (2023). *Annual reports of the Accounting Chamber*. Retrieved from <https://rp.gov.ua/Activity/Reports/> (In Ukrainian)
4. Ministry of Finance of Ukraine. (2023). *Information on the state of internal control and internal audit*. Retrieved from <https://mof.gov.ua/uk/informacija-pro-stan-vnutrishnogo-kontrolju-ta-vnutrishnogo-audit> (In Ukrainian)
5. Ministry of Finance of Ukraine. (2023). *Information on the state of execution of the Consolidated and State Budgets of Ukraine for January-December 2021-2022*. Retrieved from https://mof.gov.ua/uk/budget_2022-538 (In Ukrainian)
6. State Tax Service of Ukraine. (2023). *Informational certificate on the sums of receipts of single contribution funds as of January 1, 2023*. Retrieved from <https://www.tax.gov.ua/diyalnist-/pokazniki-roboti/nadhodjennya-podatkv-i-zboriv--obovvaz/nadhodjennya-koshtiv-edinogo-vnesku/> (In Ukrainian)
7. Verkhovna Rada of Ukraine. (1984, December). *Code of Ukraine on administrative offenses*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10#Text> (In Ukrainian)
8. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2016, February). *Regulations on the State Audit Service of Ukraine*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/43-2016-%D0%BF#Text>. (in Ukrainian)
9. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2019, March). *On the approval of provisions on the State Tax Service of Ukraine and the State Customs Service of Ukraine*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/227-2019-%D0%BF#Text> (In Ukrainian)
10. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2019, March). *The procedure for conducting a state financial audit of business entities by the State Audit Service and its interregional territorial bodies*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/252-2019-%D0%BF#Text>. (in Ukrainian)
11. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2018, December). *The procedure for conducting a state financial audit of the Pension Fund of Ukraine and mandatory state social insurance funds by the State Audit Service and its interregional territorial bodies*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1147-2018-%D0%BF#Text>. (in Ukrainian)
12. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2019, May). *The procedure for conducting a state financial audit of the use of information technologies by the State Audit Service and its interregional territorial bodies*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/517-2019-%D0%BF#Text>. (in Ukrainian)
13. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2018, August). *The procedure for conducting state financial audits of state (regional) target programs by the State Audit Service and its interregional territorial bodies*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/692-2018-%D0%BF#Text>. (in Ukrainian)
14. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2007, May). *The procedure for conducting state financial audits of local budgets by the State Audit Service and its interregional territorial bodies*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-2007-%D0%BF#Text>. (in Ukrainian)
15. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2018, September). *The procedure for conducting the state financial audit of investment projects by the State Audit Service and its interregional territorial bodies*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/740-2018-%D0%BF#Text>. (in Ukrainian)
16. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2004, August). *The procedure for conducting a state financial audit of the implementation of budget programs by the State Audit Service and its interregional territorial bodies*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2004-%D0%BF#Text>. (in Ukrainian)
17. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2006, April). *Procedure for inspection by the State Audit Service and its interregional territorial offices*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/550-2006-%D0%BF#Text>. (in Ukrainian)
18. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2013, August). *The procedure for conducting procurement audits by the State Audit Service and its interregional territorial bodies*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/631-2013-%D0%BF#Text>. (in Ukrainian)
19. Ministry of Finance of Ukraine. (2020, May). *The procedure for evaluating the effectiveness of budget programs by the main managers of state budget funds*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0646-20#Text> (In Ukrainian)
20. Verkhovna Rada of Ukraine. (2022, September). *On Amendments to the Law of Ukraine "On Mandatory State Social Insurance" and the Law of Ukraine "On Mandatory State Pension Insurance"*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2620-20/print> (In Ukrainian)
21. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2022, October). *On approving the budget of the Pension Fund of Ukraine for 2022*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1167-2022-%D0%BF#Text> (In Ukrainian)
22. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2023, January). *On the approval of the budget of the mandatory state social insurance fund in case of unemployment for 2023*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85-2023-%D0%BF#Text> (In Ukrainian)
23. Verkhovna Rada of Ukraine. (2015, December). *About public procurement*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19#Text> (In Ukrainian)
24. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2016, October). *On the effective use of state funds*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/710-2016-%D0%BF#Text> (In Ukrainian)

25. Verkhovna Rada of Ukraine. (2015, July). *About the Accounting Chamber*. Retrieved from <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/576-19> (In Ukrainian)
26. State Audit Service of Ukraine. (2023). *Statistical reports*. Retrieved from <https://dasu.gov.ua/ua/plugins/userPages/53> (In Ukrainian)
27. Khmelkov, A. (2017). *Public financial control*. Kharkiv: KhNU imeni V. N. Karazina. (In Ukrainian)
28. Khmelkov, A. (2017). Subject-object sphere of the institute of control. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, 1(22), 351-361. (In Ukrainian)
29. Khmelkov, A. (2018). Public finance: scope and content. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, 4(27), 428-434. (In Ukrainian)
30. Khmelkov, A. (2021). Financial institutions and financial control. *Economic theory*, 2, 47-64. (In Ukrainian)
31. Khmelkov, A. (2022). Institutional design of the financial control model: comparative analysis of ideal and reality. *Social Economics*, 64, 79-102. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2022-64-08> (In Ukrainian)
32. Khmelkov, A. (2019). Volume of public finances as a subject of control. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, 4(31), 311-318. (In Ukrainian)
33. International Organization of Supreme Audit Institutions. (n.d.). A Supreme Audit Institution (SAI). Retrieved from <https://www.intosai.org/about-us/overview>.
34. International Organization of Supreme Audit Institutions. (n.d.). The INTOSAI Framework of Professional Pronouncements. Retrieved from <https://www.issai.org/professional-pronouncements/>.
35. International Organization of Supreme Audit Institutions. (n.d.). The Supreme Audit Institutions Performance Measurement Framework (SAI PMF) / The INTOSAI Development Initiative (IDI). Retrieved from <https://www.idi.no/elibrary/well-governed-sais/sai-pmf/1698-2022-sai-pmf-document/file>
36. International Organization of Supreme Audit Institutions. (n.d.). INTOSAI-P12. Retrieved from https://www.intosai.org/fileadmin/downloads/documents/open_access/INTOSAI_P_11_INTOSAI_P_99/INTOSAI_P_12/INTOSAI-P-12_en.pdf.
37. International Organization of Supreme Audit Institutions. (n.d.). ISSAI-100. Retrieved from <https://www.issai.org/pronouncements/issai-100-fundamental-principles-of-public-sector-auditing/>.
38. Al Amimi, H. S. (2020). The future of public sector auditing: living in times of change. *International Journal of Government Auditing*, 47(1).
39. Dote, R. P. (2020). Artificial Intelligence: preparing for the future of audit. *International Journal of Government Auditing*, 47(4).

The article was received by the editors 08.08.2023.

The article is recommended for printing 13.09.2023.

СТУДЕНТСЬКІ ДОСЛІДЖЕННЯ

<https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-09>
УДК 65.012.8:368.03

Ольга Олегівна Бороніна

студентка

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,

майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна

olyaboronina23@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0004-5436-099X>**ФІНАНСОВА НАДІЙНІСТЬ СТРАХОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЧИННИКИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

У статті проаналізовано оцінку фінансової надійності страхової організації. Окреслено «вузькі місця» розвитку фінансового сектора України в цілому та страхового ринку зокрема. Описано, що фінансова надійність страхової організації є комплексним показником і є залежним від низки факторів. Проаналізовано систематизацію факторів фінансової надійності на основі можливості управління та в залежності від впливу. Вивчено підходи до оцінки фінансової надійності страхової організації, які застосовують як поодинокі показники, так і системи показників, встановлено їх плюси та мінуси. Описано, що пріоритетом використання інтегральних показників є простота застосування та здатність врахування різних факторів.

Ключові слова: фінансова надійність, страхова організація, показники оцінки фінансової надійності страхової організації, платоспроможність, страховик.

JEL Classification: G22; G24; G32; C10.

Як цитувати: Бороніна, О. О. (2023). Фінансова надійність страхової організації та чинники її забезпечення. *Соціальна економіка*, 66, 99-108. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-09>

In cites: Boronina, O. (2023). Financial stability of the insurance company and key conditions for its providing. *Social Economics*, 66, 99-108. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-09> (In Ukrainian)

Вступ. Визначним складником інтеграції страхового ринку України у світову страхову економіку є розвиток страхової системи України та страхових компаній, які є фундаментальними частинами страхової системи. Ключовою відмінністю страховика від індустріальних і комерційних підприємств є те, що страховик бере кошти від страхувальника не обмінюючи на матеріальні блага чи послуги, а в обмін на послугу, яка здатна надати страховий захист у вигляді майбутніх страхових виплат лише тим, хто пережив збитки і потребує фінансової допомоги. В умовах сучасних ринкових відносин підвищуються вимоги до фінансової надійності страхових компаній. Відповідно дана «авансова оплата» вимагає певних гарантій щодо спроможності страхової компанії нести відповідальність свої обов'язків перед страховиками. Тому важливим моментом є саме надійність страхової компанії, яка полягає в її фінансовому оцінюванні.

Предметом досліджень є вивчення підхо-

дів та чинників фінансової надійності страхової організації.

Об'єктом дослідження є фінансова надійність страхової організації.

Метою написання статті є подальший розвиток теоретичних положень та систематизація методичних і практичних рекомендацій щодо оцінки фінансової надійності страховиків.

Відповідно до мети встановлено такі завдання:

1. Проаналізувати оцінку фінансової надійності.
2. Вивчити систематизацію факторів показників фінансової надійності.
3. Вивчити підходи до оцінки фінансової надійності страхової організації.
4. Визначити пріоритети та недоліки показників оцінки фінансової надійності страхової організації.

Огляд літератури. Значний внесок у розробку теоретико-методологічних засад оцінки фінансової надійності страхових орга-

нізацій зробили В. М. Олійник (2016), О. О. Сосновська (2017), С. С. Кучерівська (Кучерівська, 2010) та інші вітчизняні вчені. Серед закордонних фахівців, котрі провадять дослідження цього напрямку, можна виокремити представників міжнародних рейтингових агентств Standard & Poor's, A.M. Best, Fitch, Moody's Inv та інших.

На думку багатьох дослідників фундаментальними даними існування і функціонування страхової компанії, а також спроможності страхової компанії реалізовувати власні фінансові зобов'язання є рівень фінансової стійкості. Адже низький рівень фінансової стійкості будь-якого суб'єкта господарювання, в тому числі і страхових організацій, стає чинником його платоспроможності, зниження якої може призвести до банкрутства. Забезпечення фінансової життєздатності страхової компанії починається з її ретельної та надійної оцінки. Слід зазначити, що в більшості робіт для оцінки фінансової надійності страховика використовуються одиничні або відносні показники. Але найбільш доцільним є використання комплексних показників і методів математичного моделювання. На сьогодні у вітчизняній науці та практиці відсутній єдиний підхід до системи показників фінансової надійності страхових компаній.

О. О. Сосновська (Сосновська, 2017) користується умовними показниками фінансового стану страхової організації задля числової оцінки фінансової надійності та платоспроможності.

І. О. Ковтун (Ковтун, 2014) радить методу для оцінки фінансової надійності страхової компанії, яка радить дефініцію узагальнюючого показника – коефіцієнта фінансової надійності страхової компанії.

Н. О. Кобилиця (Кобилиця, 2009), впровадив методологію оцінки фінансової надійності, яку ґрунтується на розподілі капіталу страховика та бере до уваги чотири показники фінансової надійності. Значення цих коефіцієнтів чітко проявляються в динаміці, що дає інформацію про коригування операційної діяльності страховика.

Методологія дослідження. Під час обчислення застосуємо методу з праці О. В. Міненкової (Міненкова, 2017)¹.

Основні результати. Теперішні угоди ринкового господарювання суттєво підвищують вимоги до фінансової стійкості страхової компанії. Тому в пріоритеті є всебічне дослідження та діагностика її фінансово-економічного стану і фінансової стійкості.

Поняття «фінансова стійкість» бере своє коріння з англійської мови («financial stabi-

lity») і перекладається як фінансова стабільність або фінансова стійкість. Визначення фінансової стійкості страховика не має конкретного нормативного визначення, однак побутує чимало тлумачень даного поняття.

Ми схилиємось до того, що найбільш всебічним і вдалим формулюванням цієї категорії надає Н. В. Ткаченко (Ткаченко, 2009). Згідно визначення науковиці фінансова стійкість страхової компанії – це певний стан організації її грошових потоків, під час якого страхова компанія спроможна завчасно та в тотальному розмірі виконувати свої зобов'язання щодо всіх суб'єктів ринку впродовж конкретного відповідно до залучених та особистих ресурсів, покривати регенерацію власних фінансових ознак за будь-якого невідомого впливу бажаного і/або найліпшого рівня, прилаштовуватися до нестабільного економічного середовища, використовувати нові обставини, особливості та зв'язки для планомірного й динамічного розвитку страховика на основі збільшення прибутку й капіталу нині та в прогнозованій перспективі.

А. О. Бойко (Бойко, 2011) показує фінансову стійкість як комплекс дій різного характеру, який заснований на сталій підтримці балансу між витратами та зобов'язаннями страховика та фінансовими ресурсами, які потрібні для їх покриття або реалізації. Результатом дослідника є досягнення ефективного розвитку страхової компанії, попри зміну зовнішніх та внутрішніх факторів функціонування економіки.

О. Д. Вовчак (Вовчак, 2011) виражає фінансову стабільність як здатність страховика реалізовувати прийняті страхові зобов'язання за договорами страхування та перестраховування.

Важливе роль фінансової стійкості страхових компаній для економіки в загальному контексті викликано безліччю причин, як наприклад:

- 1) розвиток страхового сектору в системі фінансових відносин на макрорівні сприяє стабілізації економічних відносин і забезпеченню соціальної стійкості суспільства;
- 2) міцний фундамент фінансової стійкості страхових компаній позитивно позначається на ринкові відносини на макроекономічному рівні в цілому;
- 3) страхові компанії немало позначаються на ринку інвестицій, адже є ринок інвестицій є безпечною основою формування фінансового капіталу.

Ситуація на страховому ринку потребує постійного аналізу та нагляду, оскільки в Україні страхові послуги мають менший попит,

¹ Метод полягає в оцінці діяльності страхової організації на основі системи збалансованих показників, для побудови показника методом Харінгтона. Основна ідея методу Харінгтона для побудови інтегрального показника міститься в розробці узагальнюючої функції та часткових функцій.

особливо в галузі страхування відповідальності та окремих видів особистого страхування, через складну економічну ситуацію держави. Саме тому ми провели аналіз динаміки страхового ринку за 2020–2022 роки.

Протягом останніх років спостерігається зменшення кількості страхових компаній на страховому ринку України (рис. 1), що пояс-

нюється досить важкими проблемами в економіці країни в цілому, а відповідно і на страховому ринку. Така тенденція змушує менеджмент страхових компаній приділяти особливу увагу забезпеченню високого рівня фінансової стійкості підприємства для продовження його діяльності та розвитку компанії в майбутньому.

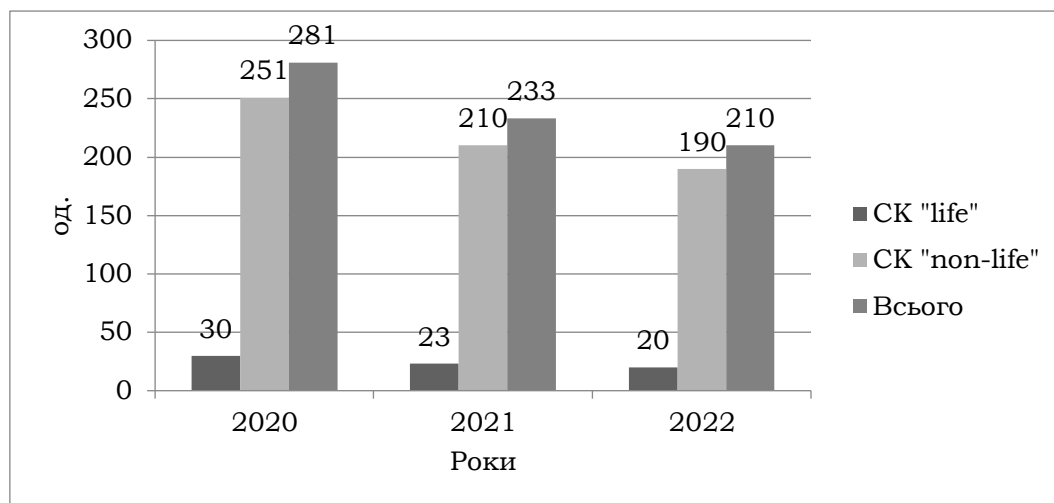


Рис. 1. Динаміка кількості страхових компаній в Україні за 2020–2022 роки
Fig. 1. Dynamics of the number of insurance companies in Ukraine for 2020–2022
Джерело: розроблено автором на основі звітів НБУ¹

Найважливішими фінансовими важелями у діяльності страхових організацій є страхові премії та страхові виплати (рис. 2).

Діяльність страхової компанії під час свого функціонування має здатність до проявів різного роду ризиків, які дозволено інте-

грувати у такі групи, як страхові, інвестиційні, фінансові, стратегічні, операційні, та ризики форс-мажорних обставин. Розберемо коротко про кожен вид ризику і охарактеризуємо його.

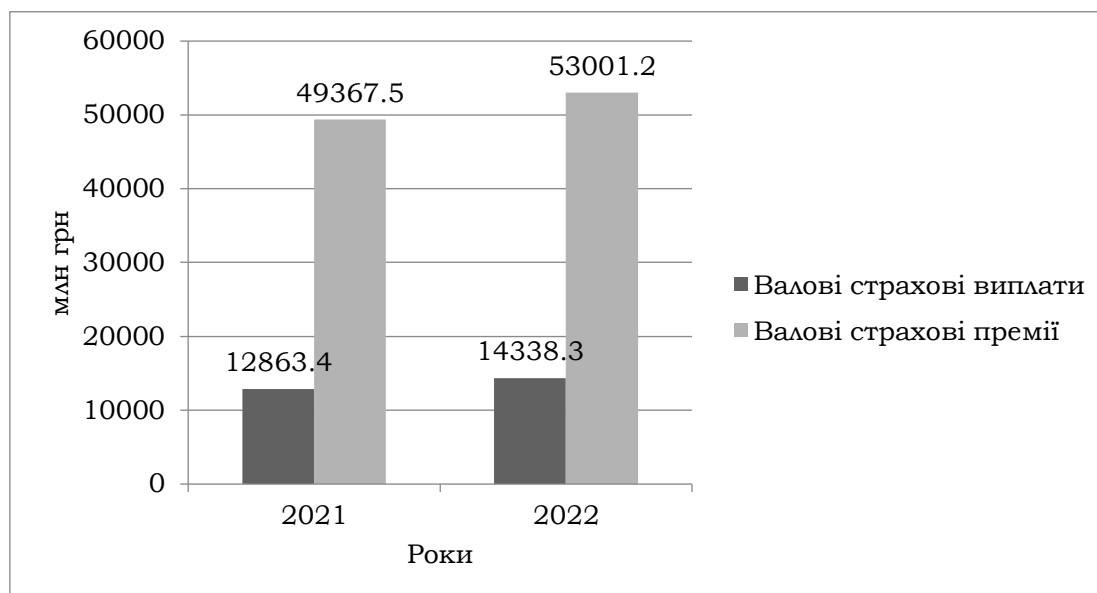


Рис. 2. Динаміка валових страхових премій та валових страхових виплат за 2021–2022 роки
Fig. 2. Dynamics of gross insurance premiums and gross insurance payments for 2021–2022
Джерело: розроблено автором на основі звітів НБУ²

¹Річний звіт. Національний банк України : веб-сайт. URL. <https://bank.gov.ua/ua/about> (дата звернення: 12.10.2023).

² Там само.

Страхові ризики – прості ризики, з якими безпосередньо працюють страхові організації. Даний різновид ризику і є основоположним.

Страхові ризики зумовлюють виникнення операційних ризиків, які вчені умовно поділили на групи, наведені на рис. 3.

Наступний вид ризику – це інвестиційний ризик, який визначаються особливостями інвестиційної політик безпосередньо страхової компанії. Даний вид ризиків пов'язаний із малою диверсифікацією інвестиційної діяльності, знеціненням і неліквідністю активів страхової компанії тощо.

Ризики форс-мажорних обставин проявляються під час непередбачуваних обставин чи подій. Яскравим прикладом є нестабільність політичної та воєнної ситуації, яка характерна для даного періоду часу.

Також важливо відзначити, що фінансова надійність страховика - спроможність страховика втілювати взяті на себе страхові зобов'язання за договорами страхування та перестраховування в разі несприятливих факторів. Вивчення факторів впливу на платоспроможність і надійність страхової організації передбачає їх різну класифікацію заздалегідь. Важливим в цьому контексті є поняття «платоспроможності».

Підняття кредитоспроможності клієнтів є однією із призначень страхових компаній. Доведено, що платоспроможність страхової компанії це здатність завчасно і повною мірою відповідати за власні обов'язки. Тобто, можливість за будь-яких обставин нести відповідальність згідно зобов'язань, які були укладені у договорах страхування. Власне, іншими словами, поняття «платоспроможність можна описати як цінність активів страхової компанії, які кількісно більші за вартість її зобов'язань або дорівнюють їй (Вовчок, 2010).

Показник платоспроможності застосовується під час аналізу фінансового стану компаній, адже високий рівень платоспроможності визначає страхову компанію, як таку компанію, яка може повністю реалізувати свої зобов'язання перед клієнтами, що і є гарантією високого фінансового стану компанії. Оцінюючи платоспроможності користуються коефіцієнтами, які комплексно визначають фінансову ситуацію на підприємстві.

Варто відзначити, що специфічні державні регулятивні вимоги щодо їх платоспроможності вводять для страхових компаній, банків та інших установ, які мають відношення до фінансів. Дотримання фінансовими установами чітких законів та правил щодо платоспроможності на законодавчому рівні, посилює надійність збереження майна та коштів їхніх клієнтів і суспільний захист громадян.

Під час ризикованих страхуваннях оцінка платоспроможності являє собою порівняння реальної платоспроможності з розрахунковою нормативною. Директиви ЄС передбачають формулювання фактичного потенціалу платоспроможності як різницю між активами (крім нематеріальних) і зобов'язаннями. В тому випадку, коли реальний запас платоспроможності більший за розрахунковий нормативний, страхова компанія рахується як платоспроможна. Власне, іншими словами, приватних коштів, які не залежать від зобов'язань, разом із страховими резервами має вистачати задля здійснення зобов'язань за страховими виплатами. Розрахунковий нормативний запас платоспроможності має дорівнювати найбільшій із двох сум, одна з яких обчислюється на підставі страхових премій, а друга - на підставі страхових виплат.



Рис. 3. Поділ операційних ризиків
Fig. 3. Division of operational risks

Джерело: розроблено автором на основі матеріалів (Кучерівська, 2010)

У ряді зовнішніх факторів економічного характеру, які мають суттєвий вплив на фінансову надійність страхової компанії, слід назвати динаміку відсоткової ставки, рівень інфляції, стан ринку цінних паперів та система оподаткування. Таким чином, невдале оподаткування може призвести до відтоку капіталу зі страхової індустрії та, при надмірному вилученні фінансових ресурсів, зробити нежиттєздатними не лише окремі страхові компанії, а й страховий ринок у цілому.

При аналізі фінансового середовища функціонування страхової компанії можна виділити фактори зовнішнього фінансового середовища – непрямий вплив і прямий вплив, які впливають на фінансову надійність (табл. 1).

Для оцінки фінансової надійності страхової компанії пропонуються такі показники: поточна надійність, надійність перестрахованої діяльності, поточна ліквідність, рівень платоспроможності, участь перестраховика в забезпеченні фінансової надійності страхової організації, коефіцієнт руху страхових резервів, коефіцієнт перестраховування тощо.

Недоліки цього підходу можна визначити так: 1) жоден з показників не визначає економічну сутність фінансової надійності страхової компанії; 2) запропоновані показники не дозволяють повною мірою виміряти багатогранна надійність страхової компанії, але може стати лише частиною системи показників. Показник поточної надійності відображає лише втрату страхової суми, а показник надійності перестрахованої діяльності конкретної суми страхових платежів, переданих у перестраховування; 3) відсутність нормативних значень показників не дозволяє забезпечити порівнянність значень фінансової надійності.

Деякі науковці виділяють також додаткові фактори досягнення фінансової стійкості страхової компанії. Розглянемо більш детально кожний із факторів забезпечення

фінансової стійкості страховика.

1. Статутний капітал. Сплачений у грошовій формі статутний капітал та інші власні засоби страховика мають забезпечувати проведення планових видів діяльності і виконання зобов'язань, що приймаються ними за договорами страхування.

2. Тарифна політика. Тарифна політика страхової компанії повинна базуватися на таких принципах, що наведені на рис. 4.

Отже, проблема забезпечення фінансової стійкості страхової компанії є багатофакторною задачею і потребує комплексної оцінки.

Фінансова надійність страховика оцінюється як оптимальне співвідношення між структурними елементами капіталу компанії. Проте ці методи мають певні переваги та недоліки. Важливо відзначити абсолютну відсутність у більшості робіт рекомендаційних значень показників, на підставі яких ми оцінюємо фінансову стійкість відповідної страхової компанії.

Тести раннього попередження – це поряток зіставлення реальних фінансових показників діяльності страховиків з конкретними нормативами, подальше оцінювання даних за особливою шкалою та обчислення інтегрального показника з урахуванням ролі впливу того або іншого значення на фінансову надійність страхової компанії.

Інформаційним забезпеченням даної методики є публічна звітність та звіт про прибутки та затрати страхової компанії, який має відношення до внутрішньої звітності компанії.

ТРП має вміщувати обчислення одинадцяти показників для компаній зі страхування ризиків і дев'яти для компаній зі страхування життя. Згідно з даними ТПР відбувається розбір капіталу, активів, страхування, страхових резервів, прибутковості, ліквідності та надається належна оцінка («1» – достовірно; «2» – задовільно; «3» – гранично; «4» – незадовільно).

Таблиця 1. Фактори фінансового середовища, що визначають фінансову надійність страхової компанії

Table 1. Factors of financial environment determining the financial reliability of the insurance company

Непрямий		Прямий
Зовнішній	Внутрішній	
Портфельний ризик та страховий ризик	Політична ситуація	Стратегія розвитку
Законодавство	Умови зовнішньоекономічної діяльності	Стан корпоративної культури та ділової репутації
Стан страхового ринку	Зовнішнє економічне середовище	Фінансові ресурси та управління ними
Рівень конкуренції	Дії державної та місцевої влади	Структура управління та персонал
Ставка оподаткування	Форс-мажор	Стан регіональної мережі

Джерело: складено автором на основі даних (Кучерівська, 2010)

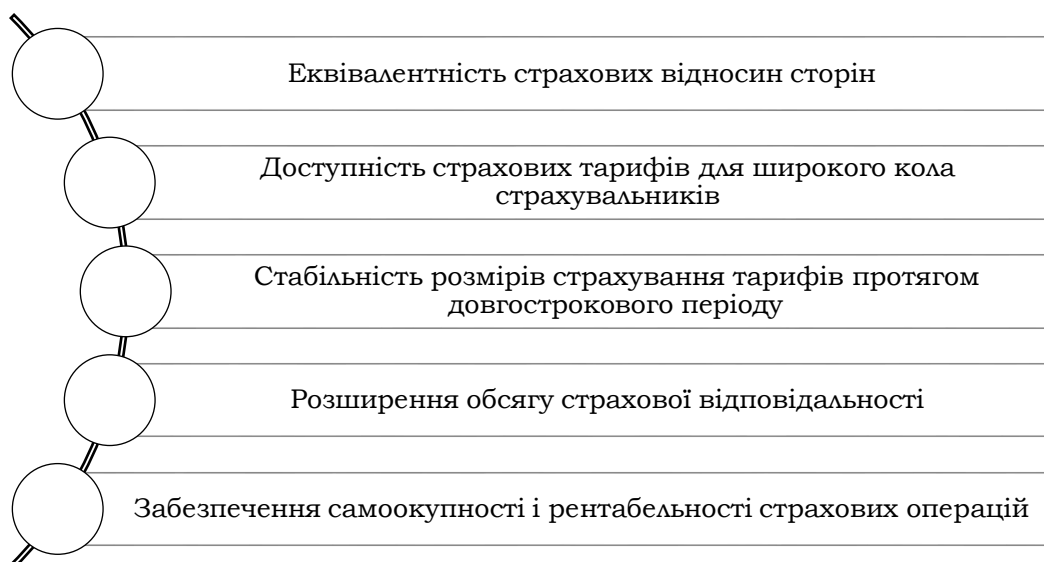


Рис. 4. Принципи тарифної політики страхової компанії

Fig. 4. Principles of tariff policy of the insurance company

Джерело: складено автором на основі даних (Кобилінець, 2019)

Тест раннього попередження позиціонується, як універсальний, тому що знаходить своє використання як в оцінці фінансової стійкості для компаній, так і страховиків.

Наступним кроком у Тесті раннього попередження є визначення рейтингів компанії за кожним із розрахованих показників. Для цього на основі рекомендацій щодо аналізу діяльності страховиків фактичні значення порівнюються з нормативними значеннями, встановленими регулятором, у результаті чого страховик отримує фактичну оцінку в певному напрямку фінансової діяльності, на їх основі розраховується загальна оцінка діяльності страхової компанії за звітний період.

Загальна оцінка, отримана страховиком, дорівнює сумі добуток фактичних оцінок на

коефіцієнти їх значущості, які також встановлюються регулятором. Таким чином, з метою забезпечення більшої ефективності управління фінансовою стійкістю страхової компанії підприємства, виникає необхідність визначити резерви його підвищення, а також фактори, які найбільше впливають на рівень фінансової стійкості.

Проте ми вважаємо, що найбільш ефективні методи забезпечуються завдяки визначенням інтегральної оцінки фінансової надійності. Побудова математичної моделі управління фінансовою надійністю страховика дає змогу оцінити загальну тенденцію зміни рівня фінансової надійності та отримати прогнозне значення цього показника на майбутній період (Міненкова, 2017).

Таблиця 2. Підходи до оцінки фінансової надійності страховика за допомогою відносних показників

Table 2. Approaches to assessing the financial reliability of the insurer using relative indicators

У підході використовуються відносні показники		Підхід на основі структуризації капіталу страховика	
Назва	Вміст коефіцієнта	Назва	Вміст коефіцієнта
1	2	3	4
Коефіцієнт капіталу	Визначає частку власного капіталу в загальній сумі капіталу за даними бухгалтерського балансу	Kfr_1	Характеризує частку власного капіталу в загальному капіталі страховика
Коефіцієнт залученого капіталу	Визначає частку залучених коштів у загальній сумі капіталу	Kfr_2	Характеризує частку страхових резервів (залучених коштів) у капіталі підприємства.
Загальний коефіцієнт ліквідності	Характеризує загальну забезпеченість страхової організації оборотними коштами для погашення короткострокових зобов'язань	Kfr_3	Відображає частку залучених коштів у капіталі страховика

Продовження таблиці 2 / Continuation of Table 2

1	2	3	4
Абсолютний коефіцієнт ідентичності	Визначає забезпечення високоліквідними активами для виконання зобов'язань у поточному періоді	Kfr ₄	Показує співвідношення власного капіталу і сформованих страхових резервів, відображає достатність власного капіталу
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами	Характеризує фінансовий стан і міру платоспроможності страховика за рахунок власних коштів.		

Джерело: побудовано автором на основі літературних джерел (Міненкова, 2017)

Перевагою такого підходу є врахування як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, а також використання нормованих коефіцієнтів, що дає змогу встановити максимальний рівень інтегрального показника фінансової надійності. Однак при застосуванні інтегральних показників виникають певні труднощі, пов'язані з тим, що, як правило, в інтегральний показник об'єднуються часткові показники, які мають різну розмірність і вимірюються в різних величинах. Таким чином, кожен з показників деталей повинен бути переведений в безрозмірне значення за допомогою відповідної шкали.

Щоб побудувати шкалу для кожної перетвореної цінності в економіці, рекомендується брати до уваги як формальні процедури, так і неформальні процедури, засновані на вподобаннях особи, яка приймає рішення. Багато вчених відзначають, що на основі системи переваг можна побудувати більш змістовну шкалу трансформованих значень показників частини.

Враховуючи переваги та недоліки різних математичних методів побудови інтегральних показників для оцінки діяльності страхової організації на основі системи збалансованих показників, для побудови показника якості доцільно використовувати метод Харінгтона. Основна ідея методу Харінгтона для побудови інтегрального показника міститься в розробці узагальнюючої функції та часткових функцій. Точки реєстрації ознак функції шкали Харінгтона ділять всю шкалу інтервалами: [0; 0,2) – дуже погано, [0,2; 0,37) – погано, [0,37; 0,63) – задовільний, [0,63; 0,80) – добре, [0,8; 1) – відмінно. Шкала має діапазон зміни значень від нуля до одиниці.

Вважається, що шкала готовності є спробою формалізувати уявлення людини, яка приймає рішення про важливість тих чи інших значень окремих показників. Це є суттєвим недоліком шкали, оскільки вона залежить від суб'єктивності думки експерта. Аналізуючи дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців, можна визначити фактори, які найбільше впливають на фінансову надійність страхової організації, та використовувати

їх для побудувати модель Харінгтона. Слід зазначити, що перелік факторів може бути розширений залежно від наявної інформації та цілей дослідження. Однак модель не повинна бути переваженою.

Визначимо склад показників, що характеризують фінансовий стан страхової організації, і розділимо показники на внутрішні та зовнішні.

Внутрішні показники поділяються на показники оцінки рівня менеджменту, показники оцінки платоспроможності та фінансової стійкості, показники оцінки ділової активності та показники оцінки ринкової стійкості. Внутрішні: рівень виплат; забезпечення страхових резервів; участь перестраховика; коефіцієнт платоспроможності; коефіцієнт поточної ліквідності; коефіцієнт страхування.

Зовнішні показники враховують загальну економічну ситуацію в країні та ефективність функціонування економіки держави: рівень інфляції; Темп зростання ВВП, оскільки цей показник відображає продуктивність економіки в цілому. Слід зазначити, що об'єктивність оцінки діяльності страхової організації залежить від науково обґрунтованого інтегрального показника, який дозволяє однозначно визначити рівень діяльності та виявити її стан, встановити альтернативні шляхи ефективного функціонування та розвитку, а також правильний і усвідомлений вибір факторів.

Для наукового обґрунтування розробки інтегрального показника оцінки діяльності рекомендовано шкалу Харрінгтона та функцію Харрінгтона, при цьому нормування значень показників має здійснюватися на основі використання оптимальних значень показників

Функція перетворення Е. Харінгтона рекомендована багатьма вченими і має такі переважачі властивості, як безперервність, монотонність і плавність (Олійник, 2016).

Висновки. Отже, до ключових та найбільш визначних науково-практичних результатів роботи є наступні:

1. Рішення питання забезпечення фінан-

сової стійкості страхової компанії є великим завданням, із врахуванням багатьох чинників.

2. На основі літературних джерел встановлено засоби задля розуміння і оцінки фінансової надійності страховика та диференційовано їх переваги та недоліки.

3. Для оцінки фінансової надійності страхової організації рекомендовано користуватися інтегральним показником, який отриманий за допомогою моделі Харрінгтона.

4. Розкрито основні характеристики моделі Харрінгтона.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- Кобилинєць Н. О., Лопата О. О., Лялька А. А. Система оцінки фінансової стійкості страхової компанії. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2009. Вип. 19.5 С. 191-196.
- Ковтун І. О. Основи актуарних розрахунків. Київ : Алерта, 2004. 328 с.
- Кучерівська С. С. Фінансова стійкість страхових компаній : дисертація... канд.екоп.наук : 08.00.08 - гроші, фінанси і кредит. Тернопіль, 2010. 261 с.
- Мінєнєкова О. В. Оцінка діяльності підприємства на основі інтегрального показника якості збалансованої системи показників. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки*. 2017. Вип.к 25. Ч. 2. С. 187-194.
- Олійник В. М. Методологічні засади забезпечення фінансової стійкості страхових компаній : дисертація ... д-ра екоп. наук, спец. : 08.00.08 - гроші, фінанси і кредит. Суми, 2016. 507 с.
- Сосновська О. О. Елементи забезпечення фінансової стійкості страхових компаній. *Економіка, фінанси і управління в XXI столітті: аналіз тенденцій та перспективи розвитку*: зб. тез міжнародної науково-практичної конференції. 2017. С. 70-74.
- Ткаченко Н. В. Фінансова стійкість страхових компаній: теоретичні підходи. *Фінанси України*. 2009. № 6. С. 104-121.
- Вовчак О. Д. Страхова справа : підручник. Київ : Знання, 2011. 391 с.
- Бойко А. О. Теоретичні основи та практичний досвід забезпечення фінансової стійкості страхової компанії. *Економічні науки. Серія «Облік і фінанси»*. 2010. № 7 (25). Ч. 4. С. 36-50. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/54612> (дата звернення: 13.08.2023).
- Кирилова Н. В. Системи управління ризиками у страхових організаціях. *Світ нової економіки*. 2016. Вип. 3. С. 15-18.
- Фещур Р. В., Олексів І. Б. Використання збалансованої системи показників для управління фінансовою діяльністю підприємства. *Логістика: Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2021. № 446. С. 264-272.
- Челишева Т. В., Кононова Т. С. Фінансова стійкість страхової компанії та умови її забезпечення. *«Економічні науки»*. 2013. №3. URL: http://www.rusnauka.com/18_ADEN_2016/Economics/3_141696.doc.htm (дата звернення: 13.08.2023).
- Чкан І. О. Забезпечення фінансової стійкості страхових компаній. *Науковий огляд*. 2016. Том 2. №1. URL: <http://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/68> (дата звернення: 13.08.2023).
- Мудрик Д. Контроль і оцінка ситуації. аналіз фінансового стану страхових компаній. *Страховий аудит*. 2007. № 2. С. 14-16.
- Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення) : монографія. К. : Київ. нац. торг.-екоп. ун-т, 2004.
- Barth M. E., Landsman W. R., Lang M. H. International Accounting Standards Quality. *Journal of Accounting Research*. 2018. Vol. 46. Pp. 467-498. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1475-679X.2008.00287.x>
- Bauer K., Chmielowiec-Lewczuk M., Lament M., Spigarska E. Wielowymiarowość Informacji Finansowych i Niefinansowych w Zakładach Ubezpieczeń; IUS PUBLICUM Instytut Prawa Gospodarczego: Katowice, Poland, 2021.
- Berg J. S. Moody's Global Rating Methodology for Property and Casualty Insurers. Moody's Investors Service. Moody's Investors Service, Inc., 2006. 28 p.
- Bulbul S., Kose A. Financial performance analysis of the insurance sector using the integral method. *Marmara University Journal of Economic and Administrative Sciences*. 2021. Vol. 43. Pp. 187-210.
- Columbia business school. Center for Excellence in Accounting and Security Analysis: Analysis and valuation of insurance companies. URL: <http://www.columbia.edu/~dn75/Analysis%20and%20Valuation%20of%20Insurance%20Companies%20-%20Final.pdf> (дата звернення: 13.08.2023).
- Conaway J. K. Has Global Financial Reporting Comparability Improved? *Contemp. Account. Res.* 2022. Vol. 39. Pp. 2825-2860. DOI: <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12796>
- Gujarati D., Porter D. Basic econometrics (ed.). Singapore: McGraw Hill Book Co, 2019.
- Joo B. Analysis of Financial Stability Non Life Insurance Companies. *Asian Journal of Finance & Accounting*. 2013. Vol. 5, No. Pp. 306-319. DOI: <https://doi.org/10.5296/ajfa.v5i1.3366>
- Malik H. Determinants of insurance companies profitability. *Academic research international*. 2011. Vol. 1(3). Pp. 315-321.
- Methodology for assigning reliability ratings to insurance companies. URL: https://raexpert.eu/files/Methodology-Full-Reliability-Ratings-Insurance_companies_V3.pdf (дата звернення: 13.08.2023).
- Ho Th. S. Asset/Liability Management and Enterprise Risk Management of an Insurer. *Journal of Investment Management*. 2005. Vol. 3(1). Pp. 29-45. DOI: https://doi.org/10.1142/9789812700865_0002
- Zeynalli E. Innovative methodology in financial analysis of insurance organizations. *Academic review*. 2023. № 1 (58). Pp. 77-95. DOI: 10.32342/2074-5354-2023-1-58-6
- Zeynalli E. Preliminary analysis of the financial situation of the business. Regional economy: modern aspects and current issues : Republican scientific conference. Sumgait, 2021. Pp. 225-229.

Стаття надійшла до редакції 15.10.2023 р.

Стаття рекомендована до друку 17.11.2023 р.

Olha Boronina, Student, V.N. Karazin Kharkiv National University, 4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine
 olyaboronina23@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0004-5436-099X>

FINANCIAL STABILITY OF THE INSURANCE COMPANY AND KEY CONDITIONS FOR ITS PROVIDING

Abstract. In the article, we considered the evaluation of the financial reliability of insurance organizations. The insurer's financial reliability usually means the insurer's ability to fulfill insurance obligations under insurance and reinsurance contracts in the event of adverse factors. We investigated that the financial stability of an insurance organization is a complex indicator that depends on both internal and external factors. We studied the main classifications of factors that affect the level of financial stability of an insurance organization: according to the possibility of management and depending on direct and indirect influence. We have analyzed the main approaches to assessing the financial reliability of an insurance organization. We proposed approaches using single indicators (liquidity indicator, solvency indicators, reinsurance indicators, etc.), systems of relative indicators and integral indicators. We identified the advantages and disadvantages of such approaches, analyzed the advantages and disadvantages of early warning tests for assessing the financial reliability of an insurance organization, and showed that the advantage of using integral indicators is the ease of application and the possibility of taking into account various factors. However, when using integral indicators, certain difficulties arise, which are associated with the fact that, as a rule, partial indicators that have different dimensions are combined into an integral indicator, therefore, for their combination or convolution, each of the partial indicators should be transformed into a dimensionless quantity using the appropriate scale. In order to build an integral indicator for assessing the financial reliability of an insurance organization, it is recommended to use the Harrington method and take into account the factors that characterize the activity of an insurance organization: internal: (level of payments; provision of insurance reserves; reinsurer participation; solvency ratio; current liquidity ratio; reinsurance ratio) and external factors that take into account the general economic situation in the country and the efficiency of the functioning of the state's economy (inflation rate; GDP growth rates).

Keywords: **Financial Reliability, Insurance Organization, Financial Reliability Assessment of the Insurance Organization, Solvency, Insurer.**

JEL Classification: G22; G24; G32; C10.

REFERENCES

1. Kobylynets, N. O., Lopata, O. O., & Lyalka L. L. (2009). System for assessing the financial stability of an insurance company. *Scientific Bulletin of the National Laboratory of Technical Sciences of Ukraine*, 19.5, 191-196. (In Ukrainian)
2. Kovtun, I. O. (2004). *Fundamentals of actuarial calculations*. Kyiv: Alerta. (In Ukrainian)
3. Kucherivska, S. S. (2010). *Financial stability of insurance companies* (Doctoral dissertation). Ternopil. (In Ukrainian)
4. Minenkova, O. V. (2017). Evaluation of the enterprise activity on the basis of the integral indicator of quality of the balanced scorecard. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: Economic Sciences*, 25(2), 187-194. (In Ukrainian)
5. Oliynyk, V. M. (2016). Methodological principles of ensuring the financial stability of insurance companies: dissertation (Doctoral dissertation). Sumy, 2016. (In Ukrainian)
6. Sosnovska, O. O. (2017). Elements of ensuring the financial stability of insurance companies. *Economics, finance and management in the XXI century: analysis of trends and prospects for development: collection of abstracts of the international scientific and practical conference* (pp. 70-74). (In Ukrainian)
7. Tkachenko, N. V. (2009). Financial stability of insurance companies: theoretical approaches. *Finansy Ukrainy*, 6, 104-121. (In Ukrainian)
8. Vovchak, O. D. (2011). *Insurance business: a textbook*. Kyiv: Znannya. (In Ukrainian)
9. Boiko, A. (2010). Theoretical foundations and practical experience of ensuring the financial stability of an insurance company. *Economic Sciences. Series "Accounting and Finance"*, 7 (25), 4, 36-50. Retrieved from <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/54612> (In Ukrainian)
10. Kirilova, N. V. (2016). Risk management systems in insurance companies. *The world of the new economy*, 3, 15-18. (in Ukrainian)
11. Feshchur, R. V., & Oleksiv, I. B. (2021). Development of a balanced system of indicators for managing the financial activities of an enterprise. *Logistics: Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic"*, 446, 264-272. (in Ukrainian)
12. Chelishcheva, T. V. & Kononova, T. S. (2013). Financial stability of an insurance company and mental security. *"Ekonomichni nauky (Economic Sciences)*, 3. Retrieved from http://www.rusnauka.com/18_ADEN_2016/Economics/3_141696.doc.htm (in Ukrainian)
13. Chkan, I. O. (2016). Securing the financial stability of insurance companies. *Naukovy Oglyad*, 2(1). Retrieved from <http://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/68> (in Ukrainian)
14. Mudrik, D. (2007). Control and assessment of the situation. Analysis of the financial condition of insurance companies. *Insurance audit*, 2, 14-16. (in Ukrainian)
15. Baranovsky, O. I. (2004). *Financial security in Ukraine (assessment methodology and security mechanisms: monograph*. K.: Kyiv. national trade and economy University. (in Ukrainian)
16. Barth, M. E., Landsman, W. R., & Lang, M. H. (2018). International Accounting Standards Quality. *Journal of*

- Accounting Research*, 46, 467-498. doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1475-679X.2008.00287.x>
17. Bauer, K., Chmielowiec-Lewczuk, M., Lament, M., & Spigarska, E. (2021). Wielowymiarowość Informatyki Finansowych i Niefinansowych w Zakładach Ubezpieczeń; IUS PUBLICUM Instytut Prawa Gospodarczego: Katowice, Poland. (in Polish)
 18. Berg, J. S. (2006). Moody's Global Rating Methodology for Property and Casualty Insurers. Moody's Investors Service. Moody's Investors Service, Inc.
 19. Bulbul, S., & Kose, A. (2021). Financial performance analysis of the insurance sector using the integral method. *Marmara University Journal of Economic and Administrative Sciences*, 43, 187-210.
 20. Columbia business school. Center for Excellence in Accounting and Security Analysis. (n.d.). Analysis and valuation of insurance companies. Retrieved from <http://www.columbia.edu/~dn75/Analysis%20and%20Valuation%20of%20Insurance%20Companies%20-%20Final.pdf>
 21. Conaway, J. K. (2022). Has Global Financial Reporting Comparability Improved? *Contemp. Account. Res.*, 39, 2825-2860. doi: <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12796>
 22. Gujarati, D., & Porter, D. (2019). Basic econometrics (ed.). Singapore: McGraw Hill Book Co.
 23. Joo, B. (2013). Analysis of Financial Stability Non Life Insurance Companies. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 5, 306-319. doi: <https://doi.org/10.5296/ajfa.v5i1.3366>
 24. Malik, H. (2011). Determinants of insurance companies profitability. *Academic research international*, 1(3), 315-321.
 25. Methodology for assigning reliability ratings to insurance companies. Retrieved from https://raexpert.eu/files/Methodology-Full-Reliability_Ratings-Insurance_companies_V3.pdf
 26. Ho, Th. S. (2005). Asset/Liability Management and Enterprise Risk Management of an Insurer. *Journal of Investment Management*, 3(1), 29-45. doi: https://doi.org/10.1142/9789812700865_0002
 27. Zeynalli, E. Innovative methodology in financial analysis of insurance organizations. *Academic review*, 1 (58), 77-95. doi: <https://doi.org/10.32342/2074-5354-2023-1-58-6>
 28. Zeynalli, E. (2021). Preliminary analysis of the financial situation of the business. *Regional economy: modern aspects and current issues*: Republican scientific conference (pp. 225-229). Sumgait. (in Azerbaijani)

The article was received by the editors 15.10.2023.

The article is recommended for printing 17.11.2023.

<https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-10>
УДК 339.9

Ірина Вячеславівна Гонtareва*

доктор економічних наук, професор
ivgontareva@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-2242-378X>

Марія Андріївна Несен*

студентка
nesenmaria5@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-4610-3895>

* Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна

**ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

Стаття присвячена дослідженню стану та тенденціям розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні та у світі, та впливу маркетингових досліджень на їх ефективність. Метою дослідження є аналіз підвищення ефективності ЗЕД підприємств на основі маркетингових досліджень зі застосуванням економіко-статистичних методів, визначення проблем і перспектив розвитку, а також розробка шляхів для ефективною зовнішньоекономічної діяльності при проведенні маркетингових досліджень. У статті надано дані про обсяг ринку маркетингових даних у всьому світі станом на 2017 – 2021 рр., результати опитування європейських компаній щодо отриманих переваг після інвестування в стійкі маркетингові стратегії станом на липень 2022 рік.

Для досягнення мети були поставлені та вирішені завдання: визначення характерних особливостей ведення діяльності організації, ознайомлення з принципами ведення бухгалтерської та фінансової звітності, аналіз маркетингової та зовнішньоекономічної діяльності організацій.

Визначено важливість розвитку зовнішньоекономічної діяльності та ринкових відносин, завдяки підвищенню відповідальності і самостійності виробництв та окремих суб'єктів у підготовці та прийнятті управлінських рішень.

Обґрунтована актуальність дослідження теоретичних аспектів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств на основі впливу маркетингових досліджень на функціонування цих процесів. Охарактеризований вплив інвестування в стійкі маркетингові стратегії на розвиток компанії.

Вказані основні перешкоди при виходу на новий ринок. Підбиті підсумки та запропоновані шляхи щодо удосконалення функціонування зовнішньоекономічної діяльності в Україні при проведенні маркетингових досліджень в компанії, завдяки вживанню визначених заходів.

Визначено, що головними напрямками подальших досліджень мають стати: визначення найбільш привабливих маркетингових стратегій на міжнародних ринках, як штучний інтелект може стати рушійним механізмом в маркетингу компанії, вивчення стратегій ціноутворення та розробка механізмів фінансового маркетингу відповідно до цих даних, вплив впровадження електронної комерції в міжнародних операціях та правильне управління цими стратегіями.

Ключові слова: **зовнішньоекономічна діяльність, маркетингові метрики, маркетингові дослідження, ефективна діяльність підприємств, маркетинговий менеджмент, зовнішні ринки.**

JEL Classification: M14; M29; M31; N74.

Як цитувати: Гонtareва, І. В., & Несен, М. А. (2023). Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств на основі маркетингових досліджень. *Соціальна економіка*, 66, 109-119. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-10>
In cites: Gontareva, Ir., & Nesen, M. (2023). Improving the efficiency of foreign economic activity of enterprises on the basis of market research. *Social Economics*, 66, 109-119. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-10> (In Ukrainian)

Вступ. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності та ринкових відносин підвищує відповідальність організацій та сприяє зростанню рівня вимог саме до якості роботи цих підприємств. Для того, щоб зайняти перші позиції на внутрішньому та зовнішньому ринках, підприємство має задовольнити потреби споживачів, мати унікальну торгову пропозицію, запропонувати швидкий та якісний засіб розв'язання проблеми, мати гарну репутацію та відповідати вимогам ринку.

У цих умовах, на перший план виходить безперервний розвиток та пошук найкращих методів діяльності для конкретної компанії. Маркетингове дослідження є головним інструментом, що допомагає у розв'язанні всіх цих питань. Крім того, є методом зв'язку з усіма учасниками ринку, саме тому займає провідну роль у діяльності підприємств, а також має вплив при виходу компанії на нові ринки. Тому, значно зростає роль проведення маркетингових аналізів при побудові необхідної системи організації, зокрема при зовнішньоекономічній діяльності.

Метою цього дослідження є визначення важливості дослідження і удосконалення маркетингової стратегії підприємства з урахуванням їх впливу на зовнішньоекономічну діяльність підприємств.

Для досягнення поставленої мети були поставлені та виконані такі завдання, як:

- дослідження теоретично-методичної сутності поняття маркетингового дослідження;
- визначення особливостей маркетингової стратегії в умовах впливу зовнішньоекономічної діяльності;
- зазначення напрямки та перспективи розвитку ЗЕД організацій;
- визначення напрямків покращення впровадження маркетингової стратегії для ефективної зовнішньоекономічної діяльності фірм.

Предметом дослідження є розробка конкретних заходів щодо удосконалення маркетингової стратегії підприємства для ефективної зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Об'єктом дослідження є салон краси, спеціалізація досліджуваної організації – перукарські послуги та продаж професійної доглядової косметики з попередньою консультацією споживача.

Огляд літератури. Дослідженням займалися такі науковці як: В. Бугас, М. Самійленко (Бугас & Самійленко, 2023), І. Кривов'язук, Н. Тележинська (Кривов'язук & Тележинська, 2017), Т. Васюк (Васюк, 2015), М.Е. Агву та Х.Н. Онвугбузіє (Agwu & Onwuegbuzie, 2018), П.Н. Гаурі, У. Ельг, В. Тарновська та ін. (Ghauri, Elg, Tarnovskaya, et al, 2011) та інші вчені.

В. Бугас та М. Самійленко (Бугас & Самійленко, 2023) у своїй роботі досліджують виклики, з якими стискаються вітчизняні та іноземні компанії під час виходу на міжнародні ринки, сприяючи адаптації економіки до глобальних економічних відносин і формуванню відкритої економіки. Також розглядають негативні фактори, які впливають на зовнішньоекономічну діяльність підприємств і гальмують їхній розвиток, виявляють основні проблеми, а саме – неефективність системи управління зовнішньоекономічною діяльністю, відсутність стратегічних та маркетингових підходів в управлінні підприємством.

І. Кривов'язук та Н. Тележинська (Кривов'язук & Тележинська, 2017) розглядаючи ці комплекси проблем, які стоять перед розвитком ЗЕД організацій, визначені основні чинники, які можуть стримувати зростання українського експорту. Запропоновано комплекс заходів, спрямованих на прискорення розвитку зовнішньоекономічної діяльності, експортно-орієнтованих галузей економіки та підприємств України загалом. Аналізуючи отримані результати, робимо висновок, що для вітчизняних та іноземних підприємств зовнішньоекономічна діяльність є ключовою і невід'ємною частиною господарської діяльності, яка, при вдалому використанні сучасних методів і форм міжнародного бізнесу, може позитивно впливати на ефективність виробництва, його технічний рівень та якість виробленої продукції.

Проблематику успішного виходу компанії на міжнародні ринки в контексті міжнародного маркетингового середовища вивчали М.Е. Агву та Х.Н. Онвугбузіє (Agwu & Onwuegbuzie, 2018). Аналіз показав, що PESTEL та інші людські чинники мають помітний вплив на бізнес. В той же час, підприємницький успіх на міжнародній арені значною мірою залежить від політичного фактору та державного регулювання ділових відносин. Отже, за результатами проведеного дослідження, автори рекомендують створити сприятливу державну структуру, яка слугуватиме платформою для підприємців, що бажають досягти успіху на міжнародних ринках.

Т. Васюк (Васюк, 2015) у свою чергу висвітлів, що економічну ефективність зовнішньоекономічної діяльності слід визначати, враховуючи фактичну результативність конкретної операції в зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Це є практичним продовженням реалізації відповідної господарської операції підприємством.

Вказав на важливість оптимального вибору стратегії виходу на зовнішні ринки, щоб забезпечити, що витрати на цей процес не перевищують середніх витрат при будь-яких можливих сценаріях на ринку у майбутньому.

Такий підхід є ключовим для досягнення економічної стійкості та успішного ведення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання.

Колектив авторів дослідження «The Impact of Entrepreneurial Orientation on Foreign Market Entry: the Roles of Marketing Program Adaptation, Cultural Distance, and Unanticipated Events» (Baker, Grinstein, & Perin, 2020) зазначає, що підприємства з сильною підприємницькою орієнтацією мають певні переваги при виході на іноземні ринки. Зокрема, під час аналізу даних 245 компаній з США було підтверджено тезу про те, що адаптація маркетингової програми тісно пов'язана з успіхом виходу на іноземні ринки і що підприємницька орієнтація є важливим фактором успіху виходу на іноземні ринки, коли культурна дистанція є високою і непередбачувані події відбуваються під час виходу на ринок, але є менш важливою у протилежних сценаріях.

П.Н. Гаурі, У. Ельг та В. Тарновська провели аналіз особливостей ринкової стратегії для просування підприємств на зовнішніх ринках (Ghauri, Elg, Tarnovskaya, et al, 2011). Авторами було розглянуто роль навчання, брендингу, визначення конфігурації ресурсів та мережевих можливостей в успішній реалізації відповідної ринкової стратегії. Взаємозв'язок міжнародної маркетингової стратегії та ефекту масштабу – критичної маси, досліджує у своїй роботі В. Терпстра (Terpstra, 1983).

Проте аналізуючи теоретичні праці останніх років, просліджується недостатність вивчення цих проблем. Саме тому необхідно ще більш детально розглянути питання щодо впливу маркетингових досліджень на ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Методологія дослідження. У ході цього дослідження були використані наступні наукові методи: порівняльний, метод конкретизації, синтез-аналіз, табличний, економіко-статистичний методи.

При написанні дослідницької роботи були використані загальнонаукові та спеціальні методи дослідження; історично-діалектичний метод використано для дослідження предмету, суб'єкту та складових; теоретичного узагальнення, синтез-аналізу даних (стосовно першого розділу дослідження), графічні й табличні (для візуального представлення результатів дослідження) та інші.

Визначення ефективності інвестицій є загальним підходом до оцінки діяльності підприємства. Вимірювання ROI в контексті маркетингових стратегій дозволило оцінити вартість та вигоди від витрат на маркетинг.

Дослідження сегментації ринку є важливим для розуміння різноманітності потреб

споживачів. Вибір ефективної маркетингової стратегії ґрунтується на правильному визначенні цільових аудиторій та їхніх потреб.

Оцінка конкурентоспроможності дала змогу визначити, як підприємство стоїть в порівнянні з іншими учасниками ринку. Аналіз конкурентів у маркетинговій стратегії розкрило можливі шляхи підвищення конкурентоспроможності.

Теоретична та методологічна основа дослідження: наукові праці вітчизняних та іноземних вчених, методичні посібники та підручники з обраної тематики, нормативно-правові акти, публікації сайтів, стандарти міжнародних підприємств та інші необхідні для аналізу дані.

Наукова новизна результатів дослідження – теоретичне обґрунтування та практичне визначення шляхів підвищення ефективності ЗЕД організацій, шляхом модернізації та вдосконалення маркетингової стратегії.

Основні результати. У зв'язку зі збільшенням кількості підприємств різних форм власності, а отже і різноманітності пропонованих товарів та послуг для споживачів, зростає конкуренція на ринку, що є ризиком при веденні бізнесу для кожної фірми. Процес цифровізації також приводить до пришвидшеного впровадження інформаційних технологій у діяльність організацій, це все стає підґрунтям для впровадження інновацій у нинішню систему організації, а отже – до покращення інструментарію фірми у роботі (Кривов'язок, 2017). Основною перевагою цього є можливість масштабування, а недоліком – високі очікування споживачів (Бугас, 2018).

Саме тому на перший план виходить дослідження та удосконалення маркетингової стратегії, що є одним із головних факторів в управлінні конкурентоспроможністю організації та допомагає мінімізувати можливі фактори негативного впливу глобальних чинників. Такий підхід висвітлює зони, на які до цього не було витрачено достатньо ресурсів (Васюк, 2023). Головна проблематика, яку розглядає Т. Васюк в своїй статті, полягає в розробці методики для дослідження та визначення економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання. Зазначено, що економічна ефективність такої діяльності є комплексним показником, що залежить від різних аспектів, зокрема, від виду зовнішньоекономічної операції та затрат на її здійснення.

В контексті міжнародної бізнес-інтеграції та економічної нестабільності особлива увага приділяється успішному розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств, що вимагає точної оцінки результативності цієї діяльності та підвищення її ефективності.

Необхідно зацентрувати саме на пози-

тивних аспектах, які отримують компанії після інвестування у стійку маркетингову стратегію. Визначити, як маркетингові дослідження можуть покращити зовнішньоекономічну діяльність України.

Визначення основних характеристик маркетингових досліджень і зовнішньоекономічної діяльності компаній у світі та в Україні, статистичний аналіз обсягу ринку маркетингових даних у всьому світі, розробка шляхів щодо ефективного функціонування зовнішньоекономічної діяльності при впровадженні маркетингових досліджень.

Основна мета маркетингової стратегії – обґрунтування політики просування товарів, спрямованої на визначення цільових сегментів для інвестиційної політики компанії.

Цей стратегічний план дозволяє компанії ефективно орієнтуватися на потреби своєї клієнтури, роблячи акцент на довгострокові перспективи та реалізацію інвестицій (Козак, 2016).

Наразі все більше компаній долучають спеціалістів для проведення маркетингових досліджень та відповідно до цього, виділяють значні бюджети для розвитку даного сектору (рис. 1).

Обсяг глобального ринку маркетингових даних зростає з кожним роком, так в 2020

році він оцінювався в 41,4 млрд дол. США, а вже на наступний рік (2021 рік) у 52,26 млрд дол. США.

Тенденції до розвитку маркетингу в підприємствах є позитивними, в більшій мірі завдяки глобальним чинникам, які стимулюють до адаптації усіх бажаючих залишитися у ринковій грі. Наприклад, пандемія коронавірусу призвела до переходу суспільства в онлайн - режим, що стало причиною зростання електронної комерції¹.

Однак, крім зазначених факторів, у ході опитування великих європейських компаній Великобританії, Бельгії, Франції, Німеччини та Іспанії, вдалося визначити ще низьку аспектів, які позитивно позначилися на функціонуванні фірм (рис. 2). Так 24% підприємств підкреслили позитивний вплив на бренд, адже правильне просування допомогло покращити пізнаваність торгової марки та привернути увагу аудиторії.

Маркетингове дослідження компаній включає в себе багато аспектів, які вимагають окремого аналізу. І для того, щоб кожний елемент був врахований, важливо заздалегідь розробити певний план дій та спрогнозувати, що можна отримати у результаті (рис. 3).

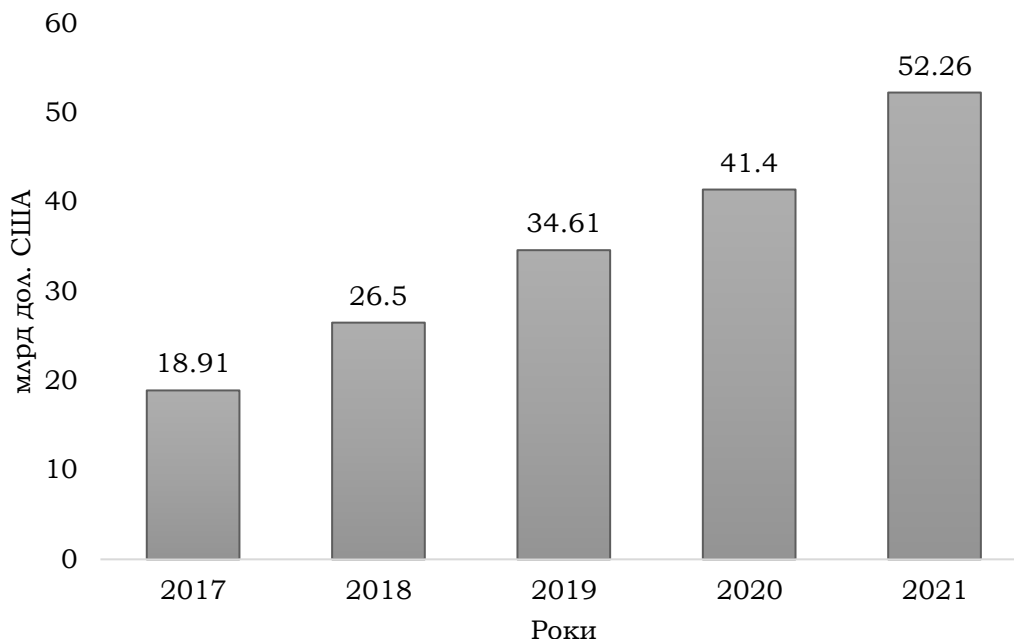


Рис.1. Обсяг ринку маркетингових даних у всьому світі, 2017-2022 рік

Fig. 1. Global market size of marketing data, 2017-2022

Джерело: побудовано автором за даними (Євтушенко & Ляшевська, 2019) та статистичними даними²³.

¹ Dennis S. Global marketing spend to grow by 30% by 2025, driven by performance. URL: <https://www.performancemarketingworld.com/article/1752498/global-marketing-spend-grow-30-2025-driven-performance> (дата звернення: 13.09.2023).

² Statista: Size of the marketing related data market worldwide from 2017 to 2021 (in billion U.S. dollars). URL: <https://www.statista.com/statistics/818754/global-marketing-data-market-size/> (дата звернення: 13.09.2023).

³ Statista: Leading results seen by companies after investing in sustainable marketing strategies in selected European countries as of July 2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/1338564/top-results-from-sustainable-marketing-in-europe/> (дата звернення: 13.09.2023).

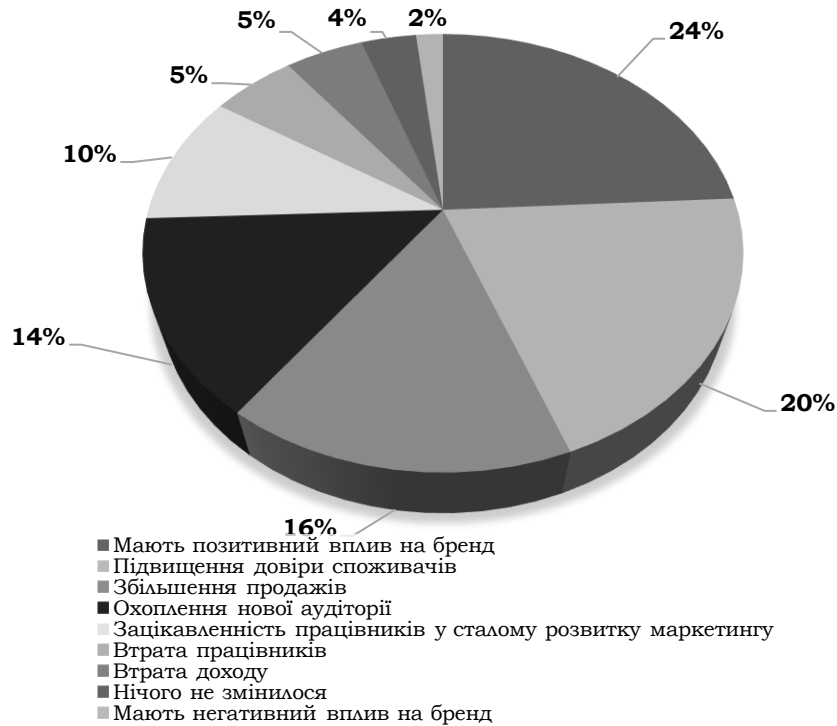


Рис. 2. Результати опитування європейських компаній щодо вигод після інвестування в стійкі маркетингові стратегії, липень 2022 рік, %

Fig.2. Results of a survey of European companies on the benefits of investing in sustainable marketing strategies, July 2022, %

Джерело: побудовано автором за даними (Zdeněk Bednarčík, 2014) та та статистичними даними¹²

При переходу на кожний з кроків важливо повертатися до того, чи все відповідає місії організації, її цілям та бажаному результату, бо стратегія не має суперечити вже наявним принципам. Головною задачею вда-

лого маркетингового дослідження є збір всіх елементів до купи та додавання нових курсів, що пришвидшують рух компанії при економічному застосуванні ресурсів.

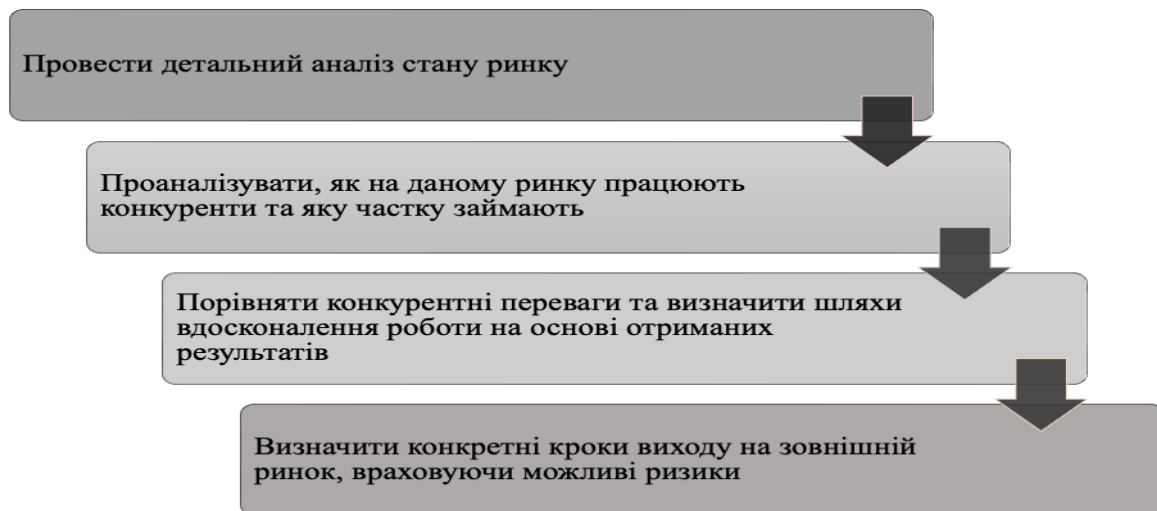


Рис. 3. Кроки для аналізу перед плануванням виходу на новий ринок

Fig.3. Steps to analyze before planning to enter a new market

Джерело: побудовано автором за даними (Семеняк & Євтушенко, 2010)

¹ Statista: Size of the marketing related data market worldwide from 2017 to 2021 (in billion U.S. dollars). URL: <https://www.statista.com/statistics/818754/global-marketing-data-market-size/> (дата звернення: 13.09.2023).

² Statista: Leading results seen by companies after investing in sustainable marketing strategies in selected European countries as of July 2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/1338564/top-results-from-sustainable-marketing-in-europe/> (дата звернення: 13.09.2023).

Варто прагнути зібрати якнайбільше саме необхідної інформації для аналізу, щоб застосувати це у стратегії підприємства та не витрачати час на обробку великої кількості матеріалів. Для отримання найбільш ефективного результату, компаніям варто приділяти окрему увагу управлінню маркетинговому процесу, що передбачає прогнозування та створення конкретного плану для реалізації концепції ціноутворення та просування. Правильний маркетинговий менеджмент дозволить зберегти час керівних органів, завдяки розумінню заданого вектору розвитку, та знизити можливі ризики при виході на зовнішні ринки (Верхоглядова & Письменна, 2015). Дані для аналізу можна брати в статистичних базах даних, звертатися до консалтингових компаній, або ж користуватися окремими інструментами пошуку даних, це все залежить від остаточної мети компанії та виділених бюджетів (Воронько & Філіпковська, 2018).

Кінцевий результат для фірми у впровадженні маркетингової діяльності має бути збільшення прибутку. Адже всі етапи спрямовані на вдосконалення взаємодії з учасниками ринку та побудові дієвої структури на бажаному ринку. Тому отримання негативного підсумку може вказувати на певні недоліки, що вимагають доопрацювання. Маркетингові метрики є головними показниками ефективності обраної стратегії, що за допомогою розрахунків дають зрозуміти, чи працює все необхідним чином (Воронюк & Лучик, 2019).

Найважливішою метрикою, на яку обов'язково варто спиратися, це коефіцієнт повернення інвестицій (ROI), що показує рентабельність витраченого бюджету на маркетинг. Розраховується за наступною формулою (1):

$$ROI = \frac{\text{валовий прибуток} - \text{витрати}}{\text{витрати}} \times 100\%. \quad (1)$$

Та для отримання найточніших результатів проведеної роботи, треба комплексно підходити до проблеми, тобто розраховувати усі необхідні показники (Городня & Явтуховська, 2012).

Зовнішньоекономічна діяльність багатьох компаній зазвичай спрямована на сусідні держави, що пояснюється бажанням зменшити витратами на перевезення, запобігти національних бар'єрів, часових інтервалів та інших перешкод, що виникають на шляху масштабування. Однак незважаючи

на певні переваги «близьких країн», кожна з них має свої особливості, які треба заздалегідь врахувати, адже це може загрожувати великими розходами фірми у подальшому. Наприклад, у випадку, коли попит через економічний розвиток, культурні відмінності та природні умови, невеликий на запропонований товар (Дашко, 2017).

Воєнний стан в країні має значний вплив на зовнішньоекономічну діяльність, адже досить тяжко спрогнозувати можливі зміни навіть через тиждень. Тому компаніям потрібно постійно відстежувати політичну та економічну ситуацію і бути готовими до критичних ситуацій, це можливо досягти саме з проведенням досліджень (Денчук & Чемикаленко, 2022; Довбенко & Мельник, 2010). Також проблеми, які стають на заваді українським підприємствам можуть бути:

- використання застарілої техніки, що не дає можливість збільшити потужність організації через мале виділення коштів на обладнання;
- незадовільні податкове та валютне регулювання у країні;
- низький рівень інвестиційної привабливості, через що фірмам нема звідки залучати додаткові кошти для реалізації планів (Євтушенко & Ляшевська, 2019);
- недостатній рівень кваліфікації працівників;
- система управління зовнішньоекономічної діяльності спрямована на короткострокову адаптацію, що дає такий же швидкий та неякісний результат на короткий період¹ (Козака, 2016).

Для покращення функціонування зовнішньоекономічної діяльності підприємств України шляхом проведення маркетингових досліджень, важливо:

- підключати до роботи спеціалістів, які зможуть з нового ракурсу подивитися на налагоджену систему та надати рекомендації щодо вдосконалення;
- застосовувати методи стратегічного маркетингу, що дозволять розробити довгострокову систему роботи фірми на зарубіжних ринках;
- включати в дослідження тільки необхідні чинники для подальшого аналізу, щоб зберегти фокус на бажаному результаті та виділити найпривабливіші держави для ведення зовнішньоекономічної діяльності;
- на проміжних етапах визначати відповідність отриманих результатів поставленим цілям маркетингу;
- планувати збут, збільшення його ефективності – план рекламно-маркетингової роботи та мотивування до продажів;

¹ Prostopravo. (2023). Prostopravo: Foreign economic activity. Retrieved from https://ua.prostopravo.com.ua/prava_biznesu/zed

- інвестувати у передові технології, що сприятимуть збільшенню виробничих потужностей та покращенню якості продукції;
- удосконалити автоматизацію роботи виробництва;
- будувати схему функціонування каналів розподілу;
- враховувати можливі перешкоди при виходу на нові ринки та розробляти кампанії, що допоможуть обійти ці ризики;
- проведення маркетингових аналітичних досліджень (рис. 4).

Для того, щоб бути попереду конкурентів та забезпечити дійсно ефективну роботу фірми, варто спробувати звернутися до алгоритмів штучного інтелекту. Це може дозволити заздалегідь передбачити актуальні зміни на ринку і тим самим, завжди бути на часі. Крім того, це забезпечить мінімізацію можливих помилок та бар'єрів у комунікації, які виникають через недостатню кількість інформаційної бази для взаємодії.

Тому, виходом може стати визначення необхідної програми зі штучним інтелектом, яка може забезпечити розвиток партнерських відносин, відтворення маркетингових екосистем, опис глобальних ринків. Далі – навчання менеджерів вищої ланки даним програмам та тестування в роботі. Після цього – визначення рентабельності та ефективності цих змін і швидке адаптування маркетингових стратегій під ці результати.

Збільшення продажів та пізнаваність можлива лише за умови грамотної побудови маркетингової стратегії підприємства.

Адже тільки з визначенням УТП, свого позиціонування, для кого ці послуги та товари будуть корисні та взагалі якою мовою треба спілкуватися зі споживачем – можна поступово виконувати бажане КРІ та постійно рухатися вперед.

Висновки. Дослідження маркетингової стратегії сучасних підприємств дозволило виявити її вплив на зовнішньоекономічну діяльність підприємств та прослідкувати, які можуть бути шляхи удосконалення маркетингової стратегії.

Виявлено, що проведення маркетингових досліджень дає можливість використати максимальний потенціал фірми, завдяки детальному аналізу зовнішнього ринку та розробці конкретних кроків для ефективного виходу на ринок. Тенденції до збільшення розвитку маркетингу на підприємствах підтверджують дієвість даного інструменту в діяльності організацій. Однак сучасним компаніям варто зосередити увагу на наявних перешкодах в функціонуванні зовнішньоекономічної діяльності та методах покращення цих умов, щоб бути готовими чинити їм опір.

Дослідження та удосконалення маркетингової стратегії підприємства є важливим етапом в його розвитку та успішному виході на зовнішні ринки. Здійснення таких заходів необхідне для підтримки та зміцнення конкурентоспроможності компанії в умовах глобальних економічних відносин. Маркетингова стратегія впливає на всі аспекти діяльності підприємства, особливо на його зовнішньоекономічну сферу.

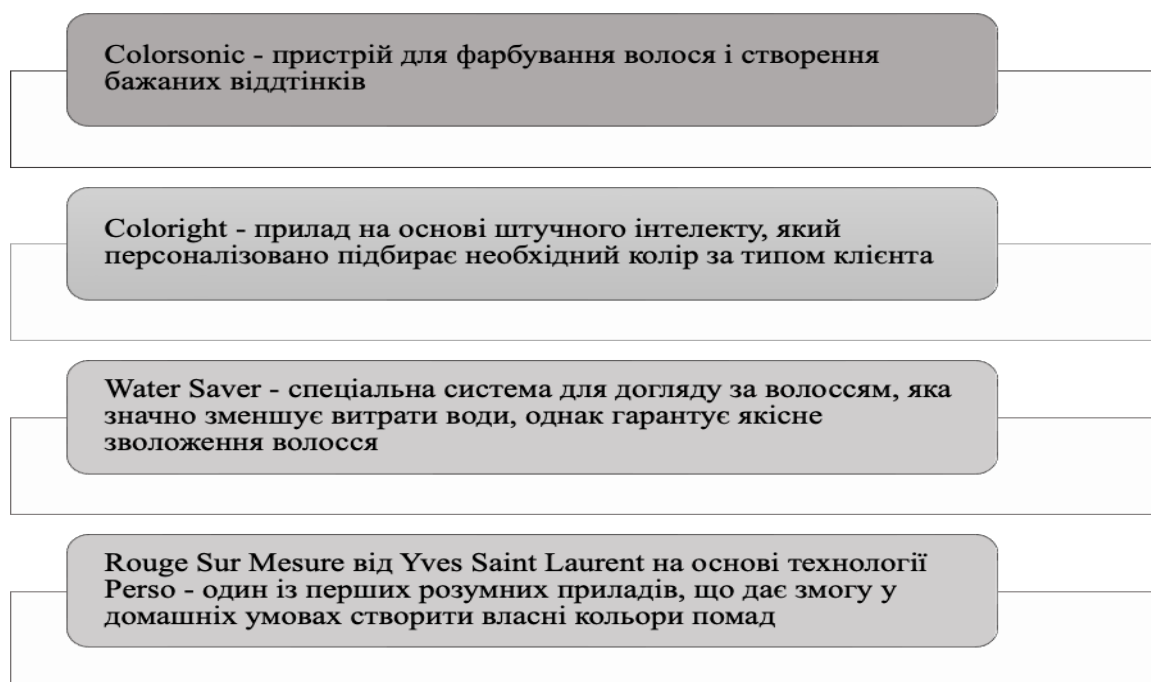


Рис. 4. Приклади конкретних інструментів зі штучним інтелектом, які використовуються у салонах краси

Fig. 4. Examples of specific AI tools used in beauty salons

Джерело: побудовано автором за даними (Іваницька, 2013)

Новітній варіант впровадження штучного інтелекту в діяльність підприємств для регулювання та удосконалення маркетингової стратегії фірми, що пропонується в статті, є відмінним шляхом для полегшення комунікацій на міжнародному рівні, кращого розуміння потреб споживачів і відповідно до цього вдала побудова воронки продажів та отримання бажаного – підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

Розвиток зовнішньоекономічної діяльності та ринкових відносин підвищує відповідальність і самостійність виробництва та окремих суб'єктів у підготовці та прийнятті управлінських рішень. Знання як самостійна сфера управлінської діяльності – один із головних інструментів для прийняття стратегічних та оперативних рішень. Роль інтелектуальних ресурсів в адміністративному менеджменті є вагомим аспектом для кожної компанії, що прагне використовувати нові технології для управління інтелектуальними ресурсами.

Підсумовуючи вищезазначене, для забезпечення ефективного та погодженого функціонування всіх зовнішніх і внутрішніх елементів адміністративного процесу варто звернути увагу саме на правильність рішень, що приймаються керівними органами. А для цього варто визначити головну мету і виходячи з

цього скласти план ефективної взаємодії.

Для того, щоб підтримувати фінансовий стан організації варто:

- проводити регулярний моніторинг зовнішнього та внутрішнього станів організації;
- вести місячну звітність та постійно аналізувати витрати та доходи організації;
- мати заздалегідь розроблені підготовчі плани у випадку проблемних ситуацій, а також мати план дій щодо їх усунення;
- впроваджувати практичні заходи для вирішення будь-яких кризових ситуацій, брати відповідність за приймання нестандартних та ризикових рішень для поліпшення ситуації, що склалася;
- проводити тренінги для працівників організації для підвищення їх професійних здібностей.

Головними напрямками подальших досліджень мають стати: визначення найбільш привабливих маркетингових стратегій на міжнародних ринках, як штучний інтелект може стати рушійним механізмом в маркетингу компанії, вивчення стратегій ціноутворення та розробка механізмів фінансового маркетингу відповідно до цих даних, вплив впровадження електронної комерції в міжнародних операціях та правильне управління цими стратегіями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бугас В. В., Самійленко М. А. Реалії зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних і іноземних підприємств. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2018. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/52.pdf (дата звернення: 14.09.2023).
2. Кривов'язюк І. В., Тележинська Н. В. Теоретико-методичне обґрунтування та аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5762> (дата звернення: 15.09.2023).
3. Agwu M. E., Onwuegbuzie H. N. Effects of international marketing environments on entrepreneurship development. *J Innov Entrep*. 2018. Vol. 7. Pp. 12. DOI: <https://doi.org/10.1186/s13731-018-0093-4>
4. Васюк Т. В. Методи дослідження та визначення економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 3. С. 131-136. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=ape_2015_3_17 (дата звернення: 16.09.2023).
5. Baker W.E., Grinstein A., Perin M.G. The Impact of Entrepreneurial Orientation on Foreign Market Entry: the Roles of Marketing Program Adaptation, Cultural Distance, and Unanticipated Events. *J Int Entrep*. 2020. Vol. 18. Pp. 63-91. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10843-019-00257-0>.
6. Ghauri P. N., Elg U., Tarnovskaya V. et al. Developing a Market-Driving Strategy for Foreign Markets: Internal Capabilities and External Activities. *Schmalenbach Bus Rev*. 2011. Vol. 63 (Suppl 3). Pp. 1-23. DOI: <https://doi.org/10.1007/BF03396829>
7. Terpstra V. Critical mass and international marketing strategy. *JAMS*. 1983. Vol. 11. Pp. 269-282. DOI: <https://doi.org/10.1007/BF02725223>
8. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон : навч. посіб. / за ред.: Ю.Г. Козака. Київ : «Центр учбової літератури», 2016. 290 с.
9. Євтушенко В. А., Ляшевська В. І., Токар Ю. В. Методологічні основи зовнішньоекономічної діяльності. *Бізнес Інформ*. 2019. № 11. С. 49-53. DOI: doi.org/10.32983/2222-4459-2019-11-49-53
10. Bednarčík Z. International marketing in business practice of small and medium-sized enterprises. *Mezinárodní marketing v obchodní praxi malých a středních firem : příspěvků XVII. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách, Czech Republic, 18-20.06.2014*. P. 764-769. DOI: <https://doi.org/10.5817/CZ.MUNI.P210-6840-2014-99>
11. Семеняк І. В., Євтушенко В. А. Основні тенденції в розвитку сучасного менеджменту маркетингу. *Вісник Харківського національного університету "ХПІ". Збірник наукових праць. Тематичний випуск "Технічний прогрес та ефективність виробництва"*. 2010. № 5. С. 146-156. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/23428/1/vestnik_KhPI_2010_5_Semeniak_Osnovni.pdf (дата звернення: 22.09.2023).
12. Верхоглядова Н. І., Письменна О. Б. Класифікація ресурсів та її значення для управління ресурсозбереженням. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 16. С. 27-31.
13. Воронько В. О., Філіпковська Л. О. Інформаційні системи для автоматизації управління підприємством. *Перспективи розвитку території: теорія і практика : матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених, Харків, 22-23 листопада 2018*. С. 111-114. URL: https://eprints.kname.edu.ua/50998/1/ilovepdf_com-111-114.pdf

14. Воронюк Т. А., Лучик О. І. Формування механізму конкурентоспроможності на підприємстві як керованого процесу. *Український журнал прикладної економіки*. 2019. Том 4. № 3. С. 139–148.
15. Городня Т. А., Явтуховська І. В. Діагностика фінансового стану підприємства. *Науковий вісник НАГУ України*. 2013. Вип. 23. С. 207–212.
16. Дашко І. М. Кадровий потенціал: сутність та фактори розвитку. *Економіка та держава*. 2017. №1. С. 65–68. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/1_2017/16.pdf (дата звернення: 22.09.2023).
17. Денчук В. М., Чемчикаленко Р. А. Механізм формування фінансової стратегії розвитку підприємства : матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Кременчук, 15–16 лист. 2022 р.). Кременчук, 2022. С. 64–67.
18. Довбенко В. І., Мельник В. М. Потенціал і розвиток підприємства : навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2010. 232 с.
19. Іваницька С. Б. Кадровий потенціал підприємства: фактори формування та використання. *Ефективна економіка*. 2013. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2405> (дата звернення: 22.09.2023).
20. Мозгова Г. В., Несен М. А. Інформаційні системи як фундамент сучасного управління знаннями підприємства : тези виступів II Міжнар. наук.-практ. конф.з пит. вищ. осв. і науки (м. Житомир, 4–5 лист. 2021 р.). Житомир, 2021. С. 96.
21. Несен М. А. Вплив електронної комерції на логістичні послуги : тези доповідей VIII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпро, 3 грудня 2021 р.). Дніпро, 2021. С. 85–86.
22. Несен М. А., Дорошенко Г. О. Вплив технологічних інновацій на модернізацію сучасних економічних систем : матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Кременчук, 15–16 лист. 2022 р.). Кременчук, 2022. С. 466–468.
23. Несен М. А., Козирева О. В. Взаємозв'язок інвестиційного менеджменту та інноваційного розвитку підприємства : тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 25 лист. 2022 року). Харків, 2022. С. 170–171.
24. Несен М. А., Куценко Т. Г. Підходи до підвищення ефективності та конкурентоспроможності глобальних компаній : тези доповідей X Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Київ, 1 грудня 2022 р.). Київ, 2022. С. 70–72.
25. Петряєв О. О., Несен М. А. Знання як фундаментальний ресурс в управлінні персоналом : збірник наукових праць за матеріалами Міжнародної наук.-практ. конф. (м. Veliko Tarnovo – м. Харків, 2020). Veliko Tarnovo, Харків, 2020. С. 154–160.
26. Рахман М. С., Несен М. А. Статистичний аналіз економіки та зовнішньоекономічної діяльності Нідерландів. *Бізнесінформ*. 2020. № 6. С. 17–22. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-6-17-22>
27. Черноіванова Г. С. Інноваційна стратегія як елемент забезпечення управління інноваційною складовою підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. № 1. С. 85–90. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-1-85-90>
28. Щербань О. Застосування інтернет-маркетингу в діяльності підприємств. *Соціальна економіка*. 2022. Вип. 64. С. 48–54. DOI: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2022-64-05>
29. Thalassinos I. E., Stamatopoulos D. T., Thalassinos E. P. The European Sovereign Debt Crisis and the Role of Credit Swaps. Chapter book in The WSPC Handbook of Futures Markets (eds) W. T. Ziemba and A.G. Malliaris, in memory of Late Milton Miller (Nobel 1990). *World Scientific Handbook in Financial Economic Series*. 2015. Vol. 5. Chapter 20. P. 605–639. DOI: https://doi.org/10.1142/9789814566926_0020

Стаття надійшла до редакції 25.09.2023 р.

Стаття рекомендована до друку 01.11.2023 р.

Iryna Gontareva*, D.Sc. (Economics), Professor
 ivgontareva@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-2242-378X>

Mariia Nesen*, Student
 nesenmaria5@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-4610-3895>

* V.N. Karazin Kharkiv National University, 4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine

IMPROVING THE EFFICIENCY OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES ON THE BASIS OF MARKET RESEARCH

Abstract. The article is aimed at studying the status and trends in the development of foreign economic activity in Ukraine and in the world, and the impact of marketing research on their efficiency. The purpose of the study is to analyze the improvement of the efficiency of foreign economic activity of enterprises on the basis of marketing research using economic and statistical methods, to identify problems and prospects for development, and to develop ways for effective foreign economic activity in conducting marketing research. The article provides data on the volume of the marketing data market worldwide as of 2017–2021, the results of a survey of European companies on the benefits received after investing in sustainable marketing strategies as of July 2022.

To achieve the goal, the following tasks were set and solved: identifying the characteristic features of the organization's activities, familiarizing with the principles of accounting and financial reporting, analyzing the marketing and foreign economic activities of organizations.

The importance of the development of foreign economic activity and market relations due to increased responsibility and independence of industries and individual entities in the preparation and adoption of management decisions is determined.

The relevance of studying the theoretical aspects of improving the efficiency of foreign economic activity of enterprises based on the impact of marketing research on the functioning of these processes is substantiated.

The impact of investing in sustainable marketing strategies on the company's development is characterized. The main obstacles to entering a new market are indicated. The results are summarized and ways to improve the functioning of foreign economic activity in Ukraine in the course of marketing research in the company are proposed, through the implementation of certain measures.

It is determined that the main areas for further research should be: identifying the most attractive marketing strategies in international markets, how artificial intelligence can become a driving mechanism in the company's marketing, studying pricing strategies and developing financial marketing mechanisms in accordance with this data, the impact of e-commerce in international operations and the proper management of these strategies.

Key words: Foreign Economic Activity, Marketing Metrics, Marketing Research, Effective Activity of Enterprises, Marketing Management, Foreign Markets.

JEL Classification: M14; M29; M31; N74.

REFERENCES

1. Bugas, V. V., & Samiilenko, M.A. (2018). Realities of foreign economic activity of home-made and foreign enterprises. *Effective Economy*, 1. Retrieved from http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/52.pdf (in Ukrainian)
2. Kryvovoznyuk, I. V., & Telezhynska, N. V. (2017). Theoretical and methodological justification and analysis of the efficiency of external economic activity of the enterprise. *Effective Economy*, 9. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5762> (in Ukrainian)
3. Agwu, M. E., & Onwuegbuzie, H. N. (2018). Effects of international marketing environments on entrepreneurship development. *J Innov Entrep*, 7, 12. doi: <https://doi.org/10.1186/s13731-018-0093-4>
4. Vasyuk, T. V. (2015). Research methods to assess the economic efficiency of foreign economic activity of business entities. *Actual problems of the economy*, 3 (165), 131-136. Retrieved from http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=ape_2015_3_17 (in Ukrainian)
5. Baker, W. E., Grinstein, A. & Perin, M. G. (2020). The Impact of Entrepreneurial Orientation on Foreign Market Entry: the Roles of Marketing Program Adaptation, Cultural Distance, and Unanticipated Events. *J Int Entrep*, 18, 63-91. doi: <https://doi.org/10.1007/s10843-019-00257-0>
6. Ghauri, P. N., Elg, U., Tarnovskaya, V. et al. (2011). Developing a Market-Driving Strategy for Foreign Markets: Internal Capabilities and External Activities. *Schmalenbach Bus Rev*, 63 (Suppl 3), 1-23. doi: <https://doi.org/10.1007/BF03396829>
7. Terpstra, V. (1983). Critical mass and international marketing strategy. *JAMS*, 11, 269-282. doi: <https://doi.org/10.1007/BF02725223>
8. Kozak, Y.G. (Ed.). (2016). *Foreign economic activity: enterprise-region* (4th ed.). Kyiv: Center for Educational Literature. Retrieved from <http://dspace.opu.ua/jspui/bitstream/123456789/9474/1/Зовнішньоекономічна%20діяльність%20підприємств.pdf> (in Ukrainian)
9. Yevtushenko, V. A., Liashevska, V. I., & Tokar, Yu. V. (2019). The Methodological Basics of Foreign Economic Activity. *Business Inform*, 11, 49-53. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-11-49-53> (in Ukrainian)
10. Bednarčík, Z. (2014). International marketing in business practice of small and medium-sized enterprises. *Mezinárodní marketing v obchodní praxi malých a středních firem. : příspěvků XVII. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách*, 1, 764-769. doi: <https://doi.org/10.5817/CZ.MUNI.P210-6840-2014-99>
11. Semenyak, I. V., & Yevtushenko, V. A. (2010). Main trends in the development of modern marketing management. *Bulletin of Kharkiv National University "KhPI". Collection of scientific works. Thematic issue "Technical progress and production efficiency"*, 5, 146-156. Retrieved from http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/23428/1/vestnik_KhPI_2010_5_Semeniak_Osnovni.pdf (in Ukrainian)
12. Verkhoglyadova, N. I., & Pysmenna, O. B. (2015). Classification of resources and its importance for resource saving management. *Investments: practice and experience*, 16, 27-31. (in Ukrainian)
13. Voronko, V. O., & Filipkovska, L. O. (2018). Information systems for automation of enterprise management. *Prospects for the Development of Territories: Theory and Practice: Proceedings of the All-Ukrainian Scientific and Practical Conference of Higher Education Applicants and Young Scientists* (pp. 111-114). Retrieved from https://eprints.kname.edu.ua/50998/1/ilovepdf_com-111-114.pdf (in Ukrainian)
14. Voroniuk, T. A., & Luchyk, O. I. (2019). Formation of the mechanism of competitiveness at the enterprise as a controlled process. *Ukrainian Journal of Applied Economics*, 3 (4), 139-148. (in Ukrainian)
15. Gorodnya, T. A., & Yavtukhovska, I. V. (2013). Diagnostics of the financial condition of the enterprise. *Scientific Bulletin of the National Linguistic University of Ukraine*, 23, 207-212. (in Ukrainian)
16. Dashko, I. (2017). Human resources: the essence and factors of its development. *Economy and State*, 1, 65-68. Retrieved from http://www.economy.in.ua/pdf/1_2017/16.pdf (in Ukrainian)
17. Denchuk, V. M., & Chemchykalenko, R. A. (2022). Mechanism of formation of the financial strategy of enterprise development. *Materials of the VII International Scientific and Practical Internet Conference* (pp. 64-67).
18. Dovbenko, V. I., & Melnyk, V. M. (2010). *Potential and development of the enterprise*. Lviv: Lviv Polytechnic Publishing House. (in Ukrainian)
19. Ivanytska, S. B., Anisova, N. V., & Petrova, A. O. (2013). Human resources enterprise: factors of formation and use. *Effective Economy*, 10. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2405> (in Ukrainian)
20. Mozgova, G. V., & Nesen, M. A. (2021). Information systems as the foundation of modern enterprise knowledge management. *Abstracts of the II International Scientific and Practical Conference on Higher Education and Science*, 1, 96.
21. Nesen, M. A. (2021). The impact of e-commerce on logistics services. *Abstracts of the VIII International Scientific and Practical Conference* (pp. 85-86). (in Ukrainian)
22. Nesen, M. A., & Doroshenko, G. O. (2022). Influence of technological innovations on the modernization of modern economic systems. *Materials of the VII International Scientific and Practical Internet Conference*, (pp. 466-468). (in Ukrainian)
23. Nesen, M. A., & Kozyreva, O. V. (2022). Interrelation of investment management and innovative development of the enterprise. *Abstracts of the II International Scientific and Practical Conference*, (pp. 170-171). (in Ukrainian)

24. Nesen, M. A., & Kutsenko, T. G. (2022). Approaches to improving the efficiency and competitiveness of global companies. *Abstracts of the X All-Ukrainian Scientific and Practical Conference*, (pp. 70-72). (in Ukrainian)
25. Petryaev, O. O., & Nesen, M. A. (2020). Knowledge as a fundamental resource in personnel management. *Collection of scientific papers based on the materials of the International Scientific and Practical Conference*, (pp. 154-160). (in Ukrainian)
26. Rakhman, M. S., & Nesen, M. A. (2020). A Statistical Analysis of the Economy and Foreign Economic Activity of the Netherlands. *Business Inform*, 6, 17-22. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-6-17-22> (in Ukrainian)
27. Chernoiwanova, H. S. (2020). Innovative Strategy as an Provision Element of Ensuring the Management of the Innovation Component of Enterprise. *Business Inform*, 1, 85-90. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-1-85-90> (in Ukrainian)
28. Shcherban, E. (2022). Application of internet marketing in activity enterprises. *Social economics*, 64, 48-54. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2022-64-05> (in Ukrainian)
29. Thalassinis, I. E., Stamatopoulos, D. T., & Thalassinis, E. P. (2015). The European Sovereign Debt Crisis and the Role of Credit Swaps. Chapter book in *The WSPC Handbook of Futures Markets* (eds) W. T. Ziemba and A.G. Malliaris, in memory of Late Milton Miller (Nobel 1990). *World Scientific Handbook in Financial Economic Series*, 5, 20, 605-639. doi: https://doi.org/10.1142/9789814566926_0020

The article was received by the editors 25.09.2023.

The article is recommended for printing 01.11.2023.

<https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-11>
УДК 336.648

Наталя Олександрівна Гребенюк*

доцент
nogrebenuyk@karazin.ua
<https://orcid.org/0000-0003-0548-4772>

Мар'яна Леонідівна Швайко*

кандидат економічних наук, доцент
maryana.shvaiko@karazin.ua
<https://orcid.org/0000-0002-3911-0392>

Катерина Сергіївна Тихомирова*

студентка
kateryna.tykhomyrova@student.karazin.ua
<https://orcid.org/0009-0005-0288-5433>

* Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна

РОЛЬ КРАУДФАНДИНГУ У МАЙБУТНЬОМУ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Метою написання статті є пошук альтернативних джерел фінансування проектів відновлення, прогнозування впливу їх впровадження на стан економіки України. Аналіз поточного стану та вивчення інвестиційних потреб держави є головним вектором у напрямку розробки рекомендацій щодо пошуку та залучення фінансової допомоги. Розуміння принципів та засад функціонування краудфандингових платформ є важливим кроком на шляху до використання цього інструменту для залучення додаткових джерел коштів у майбутньому на відновлення. Існують різні підходи до класифікації краудфандингових зборів, кожен з яких відіграє важливу роль в сучасному суспільстві. Кожен з них розкриває цінність краудфандингу як інструменту для підтримки сучасного мистецтва, інноваційних технологій, благодійних зборів та організацій, політичних ідей у вигляді проектів. Також у статті наявна статистика успішно реалізованих проектів на вітчизняних краудфандингових платформах, особливості впровадження цих проектів та їх вплив на сучасне та майбутнє країни. Ми розглядаємо причини появи та принципи функціонування популярних платформ, як закордонних так і вітчизняних їх аналогів. Також нами було розглянуто вплив військової агресії РФ на стан ринку краудфандингу в світі, тенденції його подальшого розвитку та очікувані прогнози показники до 2027 року. Дослідження також торкнулось аналізу переваг та недоліків краудфандингу як системи для обох сторін: як для проектних ініціаторів, так і для інвесторів. Визнано найбільшою проблемою сьогодні - недосконале законодавче підґрунтя. Було визначено перспективні напрямки для інвестування у повоєнне відновлення країни, надано рекомендації щодо впровадження цих засад.

Ключові слова: **інвестування, краудфандинг, платформа, фаундер, бекер.**

JEL Classification: G23; G31; O16.

Як цитувати: Гребенюк, Н. О., Швайко, М. А., & Тихомирова, К. С. (2023). Роль краудфандингу у майбутньому України: проблеми та перспективи. *Соціальна економіка*, 66, 120-130. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-11>

In cites: Grebeniuk, N., Shvayko, M., & Tykhomyrova, K. (2023). The role of crowdfunding in the future of Ukraine: problems and prospects. *Social Economics*, 66, 120-130. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-11> (In Ukrainian)

Вступ. Краудфандинг – потужний інструмент для акумуляції фінансів відповідно до мети. Це можливість залучити до реалізації своєї ідеї кошти багатьох людей, яким небайдуже майбутнє країни (якщо це, наприклад, збір для побудови нового елемента інфраструктури) або яких просто зацікавила кон-

цепція пропонованого інноваційного проекту.

Що ж стосується нашого дослідження, то воно є досить актуальним: наразі наша країна перебуває в складному становищі, переживаючи війну. Після нашої перемоги обов'язково буде відбудова економіки та відновлення держави, але власних фінансів Ук-

раїни може бути замало для швидкої та повної реконструкції. Тож питання залучення коштів постає як ніколи гостро. Можна шукати зовнішні джерела запозичень, такі як іноземні кредити та інвестиції, які треба буде пізніше повертати з відсотками. А краще стати на шлях створення сильного громадського суспільства, яке здатне акумулювати кошти громадян своєї країни, що будуть раді зробити свій внесок у конкретні цілі в своєму регіоні. Такий спосіб залучення коштів має свої плюси та мінуси, які ми досліджуємо відповідно до мети.

Метою дослідження є аналіз краудфандинга як явища спільного фінансування соціальних потреб та засад функціонування краудфандингових платформ як інструменту акумулювання коштів для реалізації відповідних програм реконструкції та відновлення економіки й соціальної сфери держави.

Відповідно до мети виконуються наступні завдання:

- визначення поняття «краудфандинг» та історія його походження;
- дослідження різних підходів до класифікації типів краудфандингу;
- розбір понять «фаундер» та «бекер»;
- простеження впливу війни на платформи збору коштів, їх аналіз;
- розгляд проблемних питань в сфері краудфандингу;
- визначення переваг для всіх сторін цього ринку.

Предметом дослідження є проекти, профінансовані методом краудфандингу, а об'єктом – конкретні дії для розвитку краудфандингу задля розбудови держави.

Огляд літератури. Для написання статті було використано праці як зарубіжних, так і вітчизняних науковців з різними підходами як до класифікації, так і до самої мети існування краудфандингу, зокрема А. В. Бондар (Бондар, 2019), А. Швейнбачер і Б. Ларралде (Швейнбачер & Ларралде, 2010), М. Лісовська та П. Маєвський (Лісовська & Маєвський, 2020), С. О. Тульчинська, О. С. Солосіч та М. О. Голуб (Тульчинська, Солосіч, & Голуб, 2017), О. С. Омельчук та Д. Р. Байталюк (Омельчук & Байталюк, 2021). Само слово «crowdfunding» було отримано шляхом поєднання «натовпу» (з англ. «crowd») та «фінансування» (з англ. «funding»). Слід зазначити, що з правової точки зору чітке визначення існування цього виду інвестування відсутнє в нормативних актах, тож кожен науковець має повне право трактувати його на свій роздум.

Найбільш вагомий внесок зробили наступні науковці: А. В. Бондар вбачає у краудфандингу «технологію залучення мікроінвестицій за допомогою спеціалізованих Ін-

тернет-платформ для реалізації різноманітних проєктів без обмежень» (Бондар, 2019).

А. Швейнбачер і Б. Ларралде наводять таке визначення краудфандингу: «відкритий заклик, здебільшого через Інтернет, для надання фінансових ресурсів або у вигляді пожертвування, або в обмін на певну форму винагороди та/або права голосу для підтримки конкретних ініціатив та цілей» (Швейнбачер & Ларралде, 2010).

Що ж стосується класифікації, то вітчизняні науковці С. О. Тульчинська, О. С. Солосіч та М. О. Голуб поділяють краудфандинг та наступні види: культурний, соціальний, краудфандинг ідей, бізнес-краудфандинг та політичний (Тульчинська, Солосіч, & Голуб, 2017).

О. С. Омельчук та Д. Р. Байталюк в своїй праці виділяють в залежності від типу проєкту наступні види: комерційний, соціальний, екологічний та творчий краудфандинг (Омельчук & Байталюк, 2021). Як вже було зазначено вище, без відповідного законодавчого регулювання кожен економіст має право висловлювати власні міркування у зручний для нього спосіб, тож дати однозначну відповідь на питання «хто точніше висловився» наразі є неможливо.

Методологія дослідження. В ході написання статті було використано інформацію з соціально-економічних джерел зі статистичними даними. Для розробки статті було використано наступні методи збору даних: опитування, спостереження, аналіз. Так, було залучено можливості міжнародного сервіса Statista.com (Statista Market Insights), що містить інформацію щодо обсягів транзакцій на цьому ринку у період 2017-2023 років, а також надавав прогноз до 2027 року. Також з цього сервісу було взято та проаналізовані показники щодо кількості зареєстрованих компаній протягом 2017-2023 років з прогнозом до 2027 року. Подана інформація була надана в квітні 2023 року шляхом аналізу різних платформ та ситуації на ринку в цілому. Також кластерно проаналізовано статистичну інформацію з джерела опитування P2PMarketData. В опитуванні прийняло участь 70 платформ, результати цього опитування було оприлюднено 3 липня 2023 року. Також було досліджено статистичну інформацію з краудфандингової платформи «Спільнокошт», яка надає у вигляді мапи статистику щодо обсягів добровільних та успішно реалізованих проєктів у період з 2015 по 2023 роки.

Основні результати. Краудфандинг – це новітній метод спільного фінансування, заснований на ідеї «з миру по нитці». Цьому методу фінансування ще нема й 30 років, але він вже широко відомий у світі та набирає популярності далі.

Першим в історії прикладом краудфандингу є тур по США британського музичного гурту Marilion у 1997 році, коли фанати цієї рок-групи зібрали через мережу Інтернет \$60 000 без відома учасників гурту, щоб мати можливість почути улюблених виконавців. Цей досвід настільки ошелешив суспільство, що люди почали використовувати це як приклад: тільки у 2000-2012 роках з'явилося 13 різноманітних платформ для збору коштів для починаючих та вже існуючих музикантів. Надихнувшись таким результатом, цей досвід одна за одною почали брати до уваги компанії з інших секторів. Так, в 1999 році було започатковано збір коштів для торгової асоціації фрілансерів, а в 2002 році з'явився краудфандинговий збір для кіно.¹

У той же час ми можемо спостерігати історичні приклади формування Фондів громад як неурядових благодійних структур, призначення яких полягає в підвищенні якості життя громад, на території яких вони формуються. Фонди громад визначають загальні потреби місцевої громади, заохочують благодійні пожертви приватних осіб і накопичують кошти, з яких потім надають гранти на впровадження ініціатив з вирішення соціально важливих місцевих проблем.

Практика створення Фондів громад для вирішення конкретних місцевих проблем шляхом суспільного фінансування і громадського прийняття рішень щодо використання коштів широко розповсюджена у світі. Історія фондів громад розпочинається у 1914 р., коли у місті Клівленд США банкір Фредерік Гарріс Гофф заснував перший The Cleveland Foundation з метою організованого використання благодійних пожертв на потреби громади. Сьогодні фонди громад працюють у 84 країнах світу (Sacks, 2014).

Отже, можливо зробити висновок, що за своєю економічною сутністю краудфандинг з'явився набагато раніше, але саме завдяки розповсюдженню сучасних технологічних та інформаційних засобів цей метод збору коштів набуває шаленої популярності саме в 21 столітті.

Якщо визначати краудфандинг як відкритий заклик збирати ресурси (кошти, матеріальні товари, час) приватних осіб в цілому через інтернет-платформу. Тоді це, як пра-

вило, відбувається на платформах краудфандингу, тобто інтернет-платформах, які зв'язують зацікавлені сторони та організують збір коштів. Слід ідентифікувати суб'єктів краудфандингу для кращого розуміння засад його функціонування.

Всього система налічує 3 суб'єкти:

1. Фаундер – тобто особа-винахідник, що є ініціатором проекту. Це та людина, яка є автором ідеї, що потребує фінансування. Він розробляє концепцію проекту та розміщає його на платформі.

2. Бекер – інвестор/кредитор. Це особа, яка має вільні кошти, які може пожертвувати на розвиток проекту. Вона дивиться наявні проекти на платформах та вирішує, чи хоче вона прийняти матеріальну участь у тому чи іншому винаході/заході.

3. Платформа – сайт, який полегшує комунікацію між фаундером та бекером, дозволяючи зустрітись їм.

На сьогоднішній день існує два варіанти для ініціатора проекту отримання коштів на краудфандингових платформах:

– варіант «100% або 0»: його дія побудована на принципі, що підприємець зможе отримати кошти для фінансування свого проекту тільки тоді, коли платформа зможе набрати необхідну суму, яка була зазначена в умовах концепції;

– так звана «гнучка система»: дозволяє отримати всі фінанси, що вдалося отримати за час збору. Навіть якщо стартапер (людина, кому належить ідея) не отримав всього бажаного обсягу коштів, він має можливість отримати принаймні ту суму, яка наявна на рахунок його проекту².

В залежності від мети збору коштів можливо визначити типи краудфандингу (рис.1).

Також слід зазначити, що види краудфандингу можна виокремити в залежності від запланованої винагороди. В деяких випадках ця винагорода передбачена і таке явище має назву «краудінвестинг», також є тип, що не передбачає отримання винагороди та діє на засадах добровільної безоплатної пожертви, а також існує такий тип краудфандингу, для якого передбачена не фінансова винагорода. Цей момент слід розглянути уважніше:



Рис. 1. Типи краудфандингу

Fig. 1. Types of crowdfunding

Джерело: (Тульчинська, Солосіч & Голуб, 2017)

¹ Краудфандинг. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%83%D0%B4%D1%84%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B3> (дата звернення: 13.10.2023).

² Краудфандинг в Україні: як він працює та чим корисний у бізнесі. URL: <https://thepage.ua/ua/business/kraudfanding-ukrayina-sho-ce-take-yaki-platformi-isnyuyut-ta-yaki-perevagi> (дата звернення: 13.10.2023).

1. Для краудінвестингу можна виокремити три підтипи інвестування:

– роялті (reward-based)– цей вид передбачає винагороду для інвестора у вигляді отримання ним відсотків від майбутнього прибутку на додачу до нефінансових винагород. Найчастіше цей метод використовується для фінансування творчих проєктів. Наприклад, якщо це фінансування кінематографу, то інвестор буде отримувати частку від касових зборів на додаток до вписаних ініціалів в титрах;

– краундлендінг (lending-based) – це такий вид колективного кредитування, який передбачає вигідні умови кредитування для двох сторін. Позичальник гарантовано отримує кошти, ще й за нижчою процентною ставкою, ніж якби він захотів взяти кредит в банку. А кредитор має два плюси: вищу процентну ставку, ніж би він міг отримати, якби поклав ці фінансові кошти на депозит, та з іншого боку можливість отримати гарантії. В цьому випадку гарантом зворотності коштів виступає краудфандінгова платформа, через яку і було залучено ресурси;

– акціонерний краудфандінг(equity-based) – найбільш ризикований тип інвестування для бажаючих надати кошти. Цей вид передбачає отримання інвестором в кінцевому результаті якогось доходу. Це може бути право голосу на акціонерних зборах, може бути частина майна проєкту або отримання частини його акцій.

2. Без винагороди – найменш обтяжлива форма інвестування, може виражатись

у словесній подяці інвесторам або вказуванні їх імен на презентації проєкту. Вона не передбачає жодних зобов'язань та характерна для соціальних проєктів;

3. Не фінансова винагорода – найбільш популярна форма вдячності, що характерна для всіх типів проєктів. Інвестор може отримувати її у вигляді готової продукції чи послуги (Тульчинська, Солосіч, & Голуб, 2017).

Для розуміння потужності та перспективності цього методу залучення коштів слід розглянути поточні тенденції на ринку краудфандінгу (рис. 2).

На рисунку 2 ми бачимо зростання обсягу інвестицій протягом 2017-2022 років. Слід зазначити, що навіть на статистичному сайті вказано, що на результат значною мірою вплинуло вторгнення рф на територію України, що спричинило економічний шок на світовому ринку. Тож спад обсягів інвестицій розпочинається з 2022 року і прогнозується, що швидких темпів повернення на довоєнний рівень не очікується.

Що ж стосується зареєстрованих компаній на платформах, то маємо наступну картину, описану рисунком 3: спостерігаємо ситуацію, подібну до обсягів транзакцій. З 2022 року розпочався спад, але що цікаве, не прогнозується вихід на довоєнні показники. Тобто це буде свідчити про те, що популярність краудфандінгових платформ серед авторів буде знижуватись, хоча з погляду на обсяги інвестицій можна сказати, що більша кількість проєктів має шанс отримати необхідні кошти в повному обсязі.

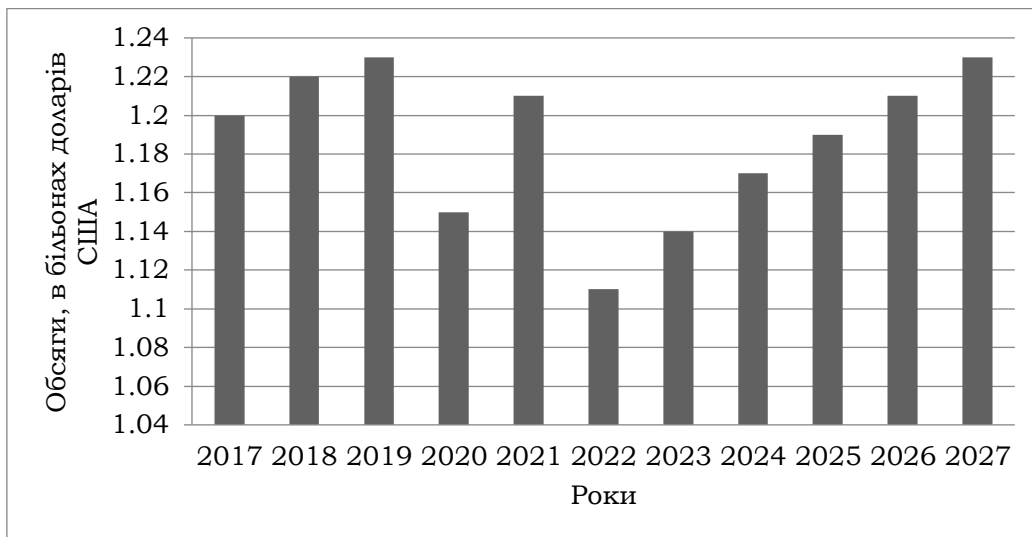


Рис. 2. Обсяги транзакцій на ринку краудфандінгу протягом 2017-2027 р. у більйонах доларів США

Fig. 2. Transaction volumes in the crowdfunding market during 2017-2027 in billions of US dollars

Джерело: Crowdfunding worldwide / Statista¹

¹ Crowdfunding worldwide / Statista. URL: <https://www.statista.com/outlook/dmo/fintech/digital-capital-raising/crowdfunding/worldwide#transaction-value> (дата звернення: 13.10.2023).

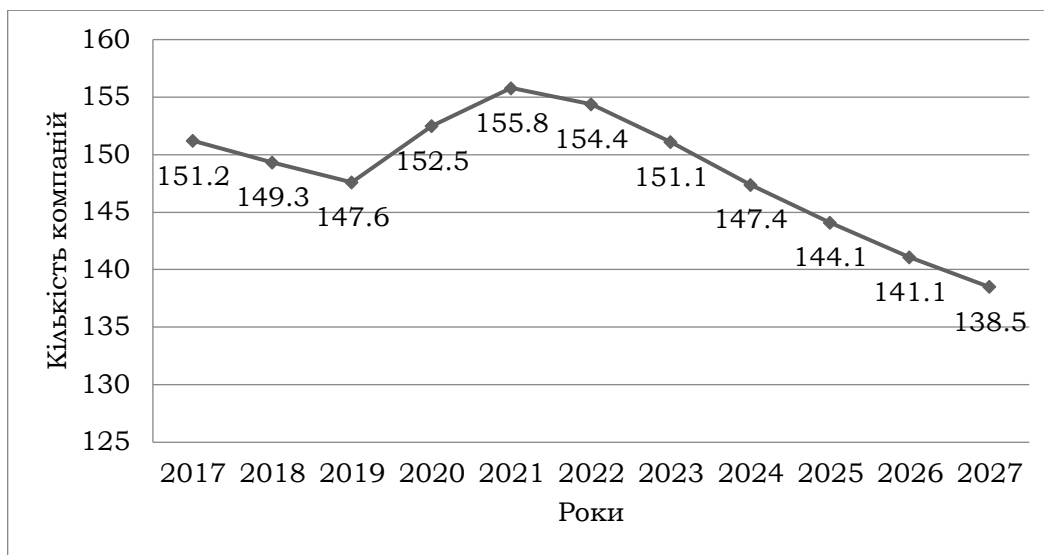


Рис. 3. Кількість зареєстрованих компаній протягом 2017-2027 р. у тисячах користувачів
 Fig. 3. The number of registered companies during 2017-2027 in thousands of users
 Джерело: Crowdfunding worldwide / Statista¹

Акцент слід зробити на розвитку краудфандингу в Україні. Навесні 2023 року було проведено опитування щодо думки різних учасників платформ, як вплинула війна в Україні на розвиток інвестиційного краудфандингу. Як можна побачити з результату опитування нижче, на рисунку 4, близько половини опитаних респондентів вважають це вагомим викликом для системи.

Наступним кроком було зроблено порівняння доходів різних платформ на початку війни. Для прикладу було взято лютий та березень 2022 року.

Згідно з рисунком 5, ті платформи, що мали вихід на український та російський ринки, значно втратили в обсягах фінансування. Всього за місяць рівень їх фінансування впав в два рази, подібна ситуація спостерігається й на всіх світових платформах. Ті платформи,

що не наявні на українському та російському ринках, а також платформи для кредитування бізнесу навпаки отримали більше коштів.

Якщо проаналізувати поточне становище в Україні, то слід зазначити, що ми маємо свої унікальні краудфандингові платформи. Так, багато українців використовує вже відомі та добре зарекомендовані світові платформи (такі як Kickstarter, CircleUp, Indiegogo, тощо), але вони мають свої недоліки. Так, наприклад, до найвідомішої у світі платформи Kickstarter українцям нема доступу, бо зареєструватись можуть лише мешканці певних країн. Натомість в нас було започатковано вітчизняні платформи. Так, вони збирають менше коштів, мають менші обсяги фінансування, але однак мають право на існування. На сьогоднішній день найбільшої популярності набрали наступні платформи:



Рис. 4. Оцінка ризиків для краудфандингу через вторгнення рф в Україну
 Fig. 4. Risk assessment for crowdfunding due to the Russian invasion of Ukraine
 Джерело: Crowdfunding Industry Market Update 2023 [Survey of 70 Platforms]²

¹ Crowdfunding worldwide / Statista. URL: <https://www.statista.com/outlook/dmo/fintech/digital-capital-raising/crowdfunding/worldwide#transaction-value> (дата звернення: 13.10.2023).

² Crowdfunding Industry Market Update 2023 [Survey of 70 Platforms]. URL: <https://p2pmarketdata.com/articles/crowdfunding-statistics-worldwide/> (дата звернення: 13.10.2023).

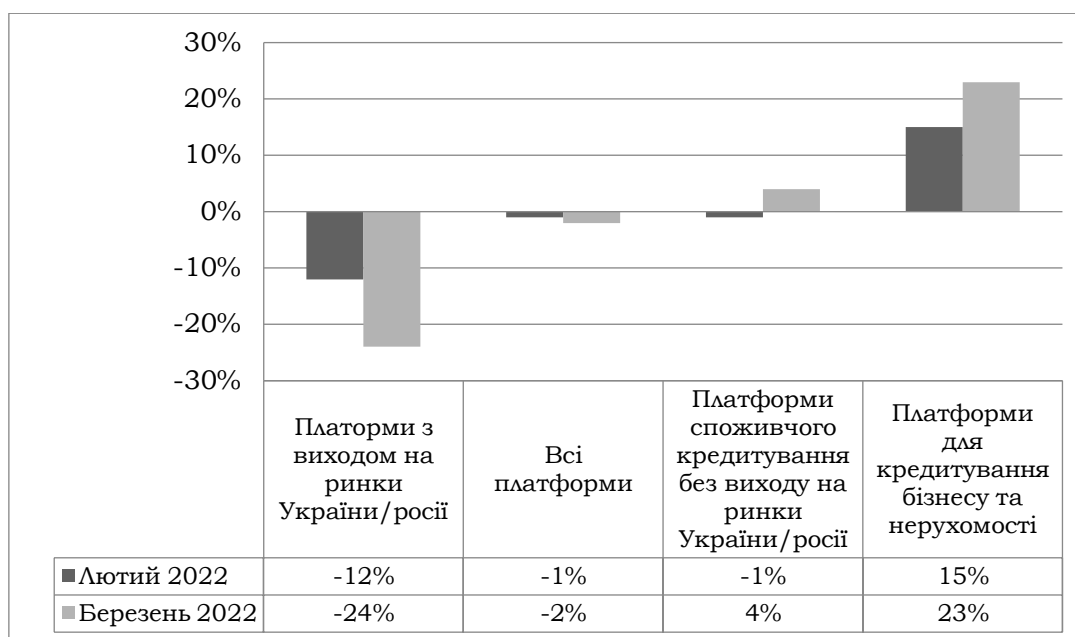


Рис. 5. Вплив вторгнення в Україну на обсяги фінансування: щомісячне зростання обсягів фінансування за категоріями платформ

Fig. 5. The impact of the invasion of Ukraine on funding volumes: monthly growth of funding volumes by platform category

Джерело: Crowdfunding Industry Market Update 2023 [Survey of 70 Platforms]¹

1. Спільнокошт – на сьогоднішній день лідер серед вітчизняних осередків краудфандингу. Перевагою є широке коло тем зборів: спорт, культура, наука, благодійність, соціальна сфера. Є можливість реєстрації як від організацій, так й від приватних осіб.

2. Dobro.ua – кошикова благодійності. На цьому сайті можуть реєструватись цілі організації та благодійні фонди, розміщувати по кілька проектів різних напрямків, що потребують інвестування.

3. Моє Місто – осередок благодійних, спортивних, культурних, освітніх, соціальних та екологічних проектів. Місія платформи — втілювати проекти, що покращують Харків. Можливість реєстрації як громадських організацій, так й індивідуальних користувачів. На сьогоднішній день головною перевагою саме цієї платформи є те, що вони проводять навчання протягом 3 місяців для громадських організацій. Про що ці навчання? Вони допоможуть зробити свій проект більш привабливим для інвесторів, просувати свої суспільно корисні ідеї в маси².

Слід окремо визначити, наскільки ж реальним є саме для України збір коштів. Ми вже маємо успішні приклади, як серед приватних так і серед соціальних проектів. Найвідомішим приватним українським проектом

став FeelVR, що зібрав на платформі Kickstarter більш ніж 500 тисяч доларів США на розробку руля та педалей для комп'ютерних ігор. Прикладом же суспільно-корисного проекту можна вважати проект на вітчизняній платформі Спільнокошт, коли українці збирали кошти на документальний фільм про Кінбурнський півострів, який допомагає розповісти про унікальні місця України та допомогти його зберегти. Через несприятливі кліматичні та екологічних умов це місце через 100 років може зникнути з карти, а цей проект допоможе його зберегти. Проаналізувавши рисунок 6, наданий нижче, Спільнокошт дає можливість побачити статистику проектів за 9 років свого існування, їх успішної реалізації.

Так, найбільше успішних проектів було реалізовано у Київській області (239 проектів), далі Львівська область (79 проекти) та Харківська область (27 проектів). Але так само бачимо, що малі міста теж мають право на успішну реалізацію. Приємно зазначити різноманітні малі селища та міста з усіх областей України, що також отримали шанс на фінансування (Добропілля Донецької області, Северодонецьк Луганської області, селище Ясіня Закарпатської області, Бар Вінницької області, тощо).

¹Crowdfunding Industry Market Update 2023 [Survey of 70 Platforms]. URL: <https://p2pmarketdata.com/articles/crowdfunding-statistics-worldwide/> (дата звернення: 13.10.2023).

² «Місто змін»: відкрито набір на навчання з реалізації соціальних проектів. (2023). *SarnuNews.City*. URL: <https://sarnunews.city/articles/307780/misto-zmin-vidkrito-nabir-na-navchannya-z-realizacii-socialnih-proyektiv>. (дата звернення: 13.10.2023).



Рис. 6. Мапа успішно реалізованих проектів у період з 2015 по 2023 роки через платформу Спільнокошт

Fig. 6. Map of successfully implemented projects in the period from 2015 to 2023 through the Spilnokosht platform

Джерело: мапа внесків та проектів Спільнокошт¹

В умовах військового стану дуже важливою стає праця таких краудфандингових платформ як People's project². Всеукраїнський центр волонтерів – створена некомерційною та неприбутковою організацією «Народний проект» – це об'єднання волонтерів та небайдужих людей, які співкоординують свої зусилля заради соціальних проектів та допомоги Народу України. В роботі «Народного проекту» беруть участь тисячі волонтерів та благодійників з усієї України та за її межами. За весь час діяльності ними реалізовано понад 100 благодійних проектів, із загальним бюджетом понад 100 мільйонів гривень. Реалізують благодійні проекти у галузі оборони, медицини та суспільних ініціатив. Наразі на платформі 130 проектів - зборів. Проекти стосуються матеріального забезпечення армійських підрозділів, медичних центрів, лікування поранених бійців та інших благодійних проектів, ми намагаємося розвивати та підтримувати перспективні розробки та соціальні ініціативи, які стануть в нагоді нашій країні і хоч трошки змінять життя людей на краще. Вони вже збирають на бойові дрони для контрнаступу, на потужні багаточільові комплекси БПЛА, пальне, бойові автомобілі, одяг

та захист для військових³.

Таким чином, в Україні найбільш розповсюджені три основні типи краудфандингу:

1. Благодійний краудфандинг (charity-giving crowdfunding) здійснює збір коштів для адресної допомоги або на термінові потреби. Серед прикладів благодійного краудфандинга збір коштів на потреби ЗСУ (з конкретизацією для якого військового об'єднання), на медичне лікування конкретної особи, на відновлення пошкодженої споруди або на допомогу постраждалим.

2. Краудфандинг, що фінансує розвиток громади (community-enhancing crowdfunding) використовує філантропію для створення відчуття єдності громади та підвищення ефективності її функціонування. Це проекти, спрямовані на розвиток селищ та відбудову їх інфраструктури.

3. Краудфандингові платформи з комерційною метою але не фінансовою винагородою (rewards-based crowdfunding), що пропонують «інвесторам» опцію попереднього замовлення продукту, а авторам проектів – фінансування стартапів.

Створення українських платформ краудфандингу особливо цікаве з точки зору роз-

¹ Мапа внесків та проектів Спільнокошт. URL: <https://bigggidea.com/geomap/> (дата звернення: 13.10.2023).

² Всеукраїнський центр волонтерів People's project.com. URL: <https://www.peoplesproject.com/> (дата звернення: 13.10.2023).

³ Всеукраїнський центр волонтерів People's project.com. URL: <https://www.peoplesproject.com/> (дата звернення: 13.10.2023).

будови цифрового громадянського суспільства, оскільки вони стирають кордони між тим, що колись було розрізненим: благодійність, інвестування, кредитування та покупка товарів.

Але незважаючи на таку зручність та таку уявну легкість, краудфандинг також має цілий ряд своїх недоліків та переваг. Серед найбільш проблемних недоліків можна зазначити наступні:

1. Проблеми з встановленням вартості: буває так, що неможливо визначити ціну капіталу проекту, або, наприклад, неможливо продати акції такого проекту на вторинному ринку. Також вартість акцій може суттєво впасти через емісію додаткових акцій, що позначиться на доходах всіх акціонерів.

2. Кібератаки: крадіжка особистих даних через краудфандингові платформи на сьогоднішній день набирає популярності. Також за допомогою перенавантаження мережі шахраї спрямовують кошти на власні рахунки.

3. Шахрайство: на жаль, на сьогоднішній день через краудфандингові платформи шахраї пробують виводити кошти в офшори, відмивати фінанси або пропонувати вкласти кошти у неіснуючі проекти, що ніколи не будуть реалізовані. Кожна інвестиція несе у собі ризики, про що завжди слід пам'ятати.

4. Брак інформації: засади приватності та анонімності часто заважають інвесторам розібратись з концепціями проектів, через що значно зростають ризики вкладання коштів не в ту справу. Це може бути прихована інформація про позичальника або про рід його діяльності, про успіх чи провали подібних проектів, про власні кредити та фінанси¹.

5. Відсутність чіткого законодавства в Україні: ця проблема носить глобальний характер. На сьогоднішній день ми не маємо жодного правового регулювання цієї сфери діяльності: наприклад, в законодавстві не прописано зобов'язання платформ чітко визначати в своїх правилах умови і порядок повернення коштів в разі, коли проект не зібрав необхідної суми для реалізації. Існуючі платформи при написанні свого регламенту діяльності змушені керуватись лише загальними юридичними нормами, в той час як більш деталізованих законів, що б регулювали цей вид активності, нема. Відсутність спеціалізованого законодавства призводить до хиткого становища та породжує наступні проблеми.

6. Брак довіри: є дотичною до попередньої проблеми. Далеко не кожен громадянин/організація, що має вільні кошти, надасть свою згоду вкласти їх в перший-ліпший

проект на сайті. Відсутність правової основи породжує недовіру, бо всі сторони цього процесу не відчують безпеки, в першу чергу це стосується вкладників (бекерів). Відсутність юридичних гарантій щодо спрямування та отримання прав на свою частку вкладу (якщо мова іде про краудінвестинг) є значним «блоком» для бажаючих прийняти участь у розвитку вітчизняних проектів. Це спричиняє «відтік капіталу», бо люди шукають проекти на закордонних сайтах, де є більше шансів на роз'яснення з боку закону. Так, наразі було створено команду з експертів, юристів, органів виконавчої влади та представників платформ, які б розробили законодавче підґрунтя для захисту всіх учасників процесу краудфандингу, але в сьогоднішніх умовах ця проблема відійшла на другий план та не була вирішена, тож питання законодавства досі залишається відкритим та болісним. Також великою проблемою є відсутність якісних перевірок проектів. Багато аспектів можна не побачити через політику приватності, про яку було сказано вище, а більшість наявних на платформах перевірок мають чисто формальний вигляд, не підкріплюючись жодними правовими аспектами, крім політики самого майданчика. Ризик стратити кошти породжує брак довіри та супутні проблеми².

7. Відсутність професіоналів та регулятора цього ринку: так само супутня проблема до двох попередніх. Так як юридично ці потреби не були закріплені, то фахівців та контролюючих органів на цьому секторі або дуже мало, або взагалі нема. Як вже було зазначено вище, перевірки проектів, їх документації та хід виконання у більшості випадків носять чисто формальний характер, обмежуючись лише низькою прохідною оцінкою платформ. У ході дослідницької роботи вдалося знайти лише кілька фахівців, які пропонують допомогу у сфері краудінвестування. Але по-перше, слід зазначити, що ціна на їх послуги починається від 45 000 грн, а по-друге, вказаний перелік послуг суперечить правилам платформ. Так, пропонується аудит внутрішніх документів організації, наявність дозволів, юридичної історії компанії. Але якщо перейти на платформу з краудфандингу, то 80% цієї інформації приховано з «міркувань анонімності», тож купування такого роду послуги не матиме сенсу.

Що ж стосується переваг, то слід виокремити наступні:

1. Можливість швидкого отримання коштів: всього за кілька тижнів можливо отримати кошти на відкриття свого бізнесу.

¹Що таке краудфандинг: значення, використання, переваги та недоліки. URL: <https://businessyield.com/uk/business-personal-finance/what-is-crowdfunding/> (дата звернення: 13.10.2023).

²Краудфандинг в Україні. (Не)легальне фінансування. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/kraudfanding-v-ukraine-negalnoe-finansirovanie-startapov-50056458.html> (дата звернення: 13.10.2023).

Якщо подібна операція без залучення краудфандингових платформ займає від кількох місяців до кількох років, то завдяки масовості платформ можна значно скоротити цей термін.

2. Перевірка актуальності ідеї: в такий спосіб можна перевірити свою ідею на оригінальність, існування чогось подібного на ринку та потреби в цій ідеї взагалі.

3. Цільове використання коштів – більшість сайтів забороняє використовувати зібрані кошти не за окресленою метою проекту.

4. Полегшення комунікації: через існування таких платформ можна знайти як інвесторів, так й потенційних покупців на свої ідеї або товари. Це чудова можливість зібрати всіх в одному місці, бо якщо ідея користується попитом серед бажаючих надати кошти, це є вірною ознакою потреби ринку в цьому товарі або послугі, тож канали збуту теж буде легко знайти.

5. Націленість на результат: кожен ініціатор проекту (фаундер) повинен звітувати про те, на якому етапі перебуває реалізація його справи. У разі провалу проекту після виходу на ринок продукту, гроші залишаються в краудфандера. Якщо ж він порушує умови збору коштів та не опікується проектом після отримання коштів, гроші повертаються до бекерів.

6. Можливість розробити найкращу маркетингову компанію: від маркетингу теж багато залежить. На таких платформах можна потренуватись в розробці найкращої презентації свого продукту, бо гідна рекламна компанія приверне увагу потенційних інвесторів та клієнтів. Можна розробити кілька варіантів презентації своєї ідеї та побачити, яка з них збере найбільше бажаючих інвестувати.

Висновки. Отже, відновлення країни можливо лише за умов формування відповідального громадянського суспільства, яке потребує істотних коштів і сучасних технологій фінансування. Краудфандинг може стати потужним джерелом додаткового фінансування для соціальних проектів.

Як було зазначено вище, ми вже бачили успішні приклади суспільно-корисних проєк-

тів, що отримали фінансову підтримку та рушійну силу до втілення в життя. Навіть зараз, в складних умовах триваючої війни, на платформах Спільнокошт та Peoples project можна побачити приклади успішних проєктів: так, вже зараз триває збір на допомогу вимушеним переселенцям, на транспортні засоби для евакуації та центри психологічної допомоги. Це свідчить про те, що ідея залучення коштів через краудфандингові платформи є цілком реальною, а не уявною фантазією. Кожний крок в цьому напрямі має шанс бути кроком до великої спільної мети, її успішної реалізації. Якщо вірити прогнозам щодо світових тенденцій, то за умови залучення іноземних платформ, буде можливо отримати повний обсяг необхідного фінансування, бо як нам показує ресурс Statista, до 2027 року обсяги інвестиційних коштів, що надходять через це джерело, будуть зростати.

Хоча цей напрям економічної діяльності має переваги та перспективи, він так само має наразі багато складнощів в застосуванні. Так, головною проблемою сьогодення було і залишається правове регулювання краудфандингу: відсутність чітко прописаних норм та порядків породжує недовіру до цього методу залучення коштів, зменшуючи вірогідний приплив фінансування. Недостатня захищеність як фаундера (недостатнє врегулювання авторських прав та патентів на новітні розробки та методи), так і бекера (відсутність гарантії цільового використання коштів, викрадення персональних даних, недостатня обізнаність про об'єкт інвестування, труднощі з отриманням винагород для відповідних типів інвестування) так само встановлює нові перешкоди на шляху використання цієї форми акумуляції коштів.

Ці проблеми є суттєвими, але не неподоланними: відомо, що вже ведуться роботи над цими питаннями. Тож краудфандинг – на сьогоднішній день є дуже і дуже перспективним напрямком акумулювання коштів, хоч і не досконалим. Його внесок в майбутнє України може займати суттєву позицію у відновленні економіки після війни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бондар А. В. Форми солідарного фінансування еколого-орієнтованих проєктів: вітчизняний і зарубіжний досвід партнерства стейкхолдерів. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. № 2(70). С. 58-65. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-2-34>
2. Schwienbacher A., Larralde B. Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures. *Handbook of Entrepreneurial Finance*. 2010. Pp. 369-391.
3. Lissowska M., Majewski P. Co to jest crowdfunding? Jak opisać swój projekt by przekonać darczyńców? *Gazeta SGH*. 2020. URL: <https://gazeta.sgh.waw.pl/po-prostu-ekonomia/co-jest-crowdfunding-jak-opisac-swoj-projekt-przekonac-darczyncow> (дата звернення: 22.09.2023).
4. Тульчинська С. О., Солосіч О. С., Голуб М. О. Особливості краудфандинг як різновиду інвестування. *Інноваційно-інвестиційні процеси в національній економіці та підприємстві*. 2017. № 19. С. 132-140.
5. Омельчук О. С., Байгалак Д. Р. Проблеми і перспективи правового регулювання краудфандингу в Україні. *Наукові праці НУ ОЮА*. 2021. Т. 29. С.171-180. DOI: <https://doi.org/10.32837/nprnuola.v28i29.731>
6. Васильєв О. В., Матющенко С. С. Краудфандинг – сучасний інструмент фінансування розвитку інтелектуального капіталу. *Економічна наука*. 2016. № 18. С. 36-40.

7. Sacks E. W. The Growing Importance of Community Foundations. Indianapolis: Charles Stewart Mott Foundation, 2014. 18 p. URL: https://philanthropy.iupui.edu/files/file/the_growing_importance_of_community_foundations-final_reduce_file_size_2.pdf (дата звернення: 22.09.2023).
8. Єлісєєва А. В. Експонентний розвиток краудфандингу як інструмент активізації інноваційної діяльності. *Економіка і суспільство*. 2017. № 8. С. 3-8.
9. Howe J. Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business. NY: Crown Publishing Group, 2008. 320 p.
10. Шаповалова Д. Р. Огляд правових аспектів краудфандингових відносин в Україні. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2022. № 7. С. 498-502. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2022-7/120>
11. Манаєнко І. М., Діденко А. С. Краудфандинг як інноваційний інструмент розвитку бізнесу. *Актуальні проблеми економіки та управління: збірник наукових праць молодих вчених*. 2017. № 11. URL: <https://ape.fmm.kpi.ua/article/view/102780> (дата звернення: 22.09.2023).
12. Valanciene L., Jegeleviciute S. Valuation of crowdfunding: benefits and drawbacks. *Economics and management*. 2013. № 18(1). P. 39-48. DOI: <https://doi.org/10.5755/j01.em.18.1.3713>
13. Шевченко О. М., Казак О. О. Розвиток краудфандингу в умовах цифрової трансформації економіки. *Ефективна економіка*. 2019. № 3. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.3.43>
14. Повод Т. В. Ключові аспекти функціонування краудфандингу. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2021. № 10. С. 117-125. DOI: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.10.16>
15. Mollick E. The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*. 2013. № 29. P. 1-16. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>
16. Forbes H., Schaefer D. Guidelines for Successful Crowdfunding. *Procedia CIRP*. 2017. № 60. P. 398 – 403. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.procir.2017.02.021>
17. Leoński W. Crowdfunding as an innovative source of financing business initiatives in Poland. *Volume*. 2022. № 207. P. 2921-2929. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.09.350>
18. Gerber E. M., Hui J. Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*. 2013. № 20(6), Article 34. DOI: <https://doi.org/10.1145/2530540>
19. Shvayko M. L., Grebeniuk N. O. Current crediting instruments influencing investment climate in Ukraine. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2020. Vol. 1, No 32. Pp. 414-423. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcартр.v1i32.200584>
20. Гвоздь М. Я., Бондаренко О. Г., Кулиняк І. Я. Краудфандинг як інструмент залучення коштів для фінансування стартап-проектів: аналіз зарубіжного та вітчизняного досвіду. *Економіка та управління підприємствами*. 2020. № 43. С. 131-136. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct43-24>

Стаття надійшла до редакції 15.10.2023 р.

Стаття рекомендована до друку 19.11.2023 р.

Natalia Grebeniuk*, Associate Professor
 nogrebenyuk@karazin.ua
<https://orcid.org/0000-0003-0548-4772>

Mariana Shvayko*, PhD (Economics), Associate Professor
 maryana.shvaiko@karazin.ua
<https://orcid.org/0000-0002-3911-0392>

Kateryna Tykhomyrova*, Student
 kateryna.tykhomyrova@student.karazin.ua
<https://orcid.org/0009-0005-0288-5433>

* V.N. Karazin Kharkiv National University, 4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine

THE ROLE OF CROWDFUNDING IN THE FUTURE OF UKRAINE: PROBLEMS AND PROSPECTS

Abstract. The purpose of writing the article is to find alternative sources of funding for restoration projects, forecasting the impact of their implementation on the state of Ukraine's economy. Analysis of the current state and study of the state's investment needs is the main vector in the direction of developing recommendations for finding and attracting financial assistance. Understanding the principles and basics of crowdfunding platforms is an important step on the way to using this tool to attract additional sources of funds in the future for recovery. There are different approaches to the classification of crowdfunding fees, each of which plays an important role in modern society. Each of them reveals the value of crowdfunding as a tool for supporting modern art, innovative technologies, charitable gatherings and organizations, political ideas in the form of projects. The article also contains statistics of successfully implemented projects on domestic crowdfunding platforms, features of the implementation of these projects and their impact on the

present and future of the country. We consider the reasons for the appearance and principles of operation of popular platforms, both foreign and domestic counterparts. We also considered the influence of the Russian military aggression on the state of the crowdfunding market in the world, the trends of its further development and expected forecast indicators until 2027. The study also touched on the analysis of the advantages and disadvantages of crowdfunding as a system for both parties: both for project initiators and for investors. The biggest problem today is the imperfect legal basis. Prospective directions for investing in the country's post-war reconstruction were determined, and recommendations were made for the implementation of these principles.

Keywords: **Investment, Crowdfunding, Platform, Founder, Backer.**

JEL Classification: G23; G31; O16.

REFERENCES

1. Bondar, A. V. (2019). Forms of joint financing of ecologically oriented projects: domestic and foreign experience of stakeholder partnership. *Problems of the systemic approach in economics*, 2(70), 58-65. doi: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-2-34> (in Ukrainian)
2. Schwienbacher, A., & Larralde, B. (2010). Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures. *Handbook of Entrepreneurial Finance* (pp. 369-391).
3. Lissowska, M., & Majewski, P. (2020). Co to jest crowdfunding? Jak opisać swój projekt by przekonać darczyńców? *Gazeta SGH*. Retrieved from <https://gazeta.sgh.waw.pl/po-prostu-ekonomia/co-jest-crowdfunding-jak-opisac-swoj-projekt-przekonac-darczyncow> (in Polish)
4. Tulchynska, S. O., Solosich, O. S., & Golub, M. O. (2017). Peculiarities of crowdfunding as a type of investment. *Innovation and investment processes in the national economy and entrepreneurship*, 19, 132-140. (in Ukrainian)
5. Omelchuk, O. S., & Baitalyuk, D. R. (2021). Problems and prospects of legal regulation of crowdfunding in Ukraine. *Scientific works of the National Academy of Sciences of Ukraine*, 29, 171-180. doi: <https://doi.org/10.32837/npnuola.v28i29.731> (in Ukrainian)
6. Vasiliev, O. V., & Matyushchenko, S. S. (2016). Crowdfunding is a modern tool for financing the development of intellectual capital. *Economics*, 18, 36-40. (in Ukrainian)
7. Sacks, E. W. (2014). *The Growing Importance of Community Foundations*. Indianapolis. Charles Stewart Mott Foundation. Retrieved from https://philanthropy.iupui.edu/files/file/the_growing_importance_of_community_foundations-final_reduce_file_size_2.pdf
8. Yeliseeva, L. V. (2017). Exponential development of crowdfunding as a tool for activation of innovative activity. *Economy and society*, 8, 3-8. (in Ukrainian)
9. Howe, J. (2008). *Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business*. NY: Crown Publishing Group.
10. Shapovalova, D. R. (2022). Review of legal aspects of crowdfunding relations in Ukraine. *Legal scientific electronic journal*, 7, 498-502. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2022-7/120> (in Ukrainian)
11. Manaenko, I. M., & Didenko, A. S. (2017). Crowdfunding as an innovative tool for business development. *Actual problems of economics and management: a collection of scientific works of young scientists*, 11. Retrieved from <https://ape.fmm.kpi.ua/article/view/102780> (in Ukrainian)
12. Valanciene, L., & Jegeleviciute, S. (2013). Valuation of crowdfunding: benefits and drawbacks. *Economics and management*, 18(1), 39-48. doi: <https://doi.org/10.5755/j01.em.18.1.3713>
13. Shevchenko, O. M., & Kazak, O. O. (2019). Development of crowdfunding in conditions of digital transformation of the economy. *Efficient economy*, 3. doi: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.3.43> (in Ukrainian)
14. Povod, T. V. (2021). Key aspects of crowdfunding. *Taurian Scientific Bulletin. Series: Economy*, 10, 117-125. doi: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.10.16> (in Ukrainian)
15. Mollick, E. (2013). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29, 1-16. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>
16. Forbes, H., & Schaefer, D. (2017). Guidelines for Successful Crowdfunding. *Procedia CIRP*, 60, 398-403. doi: <https://doi.org/10.1016/j.procir.2017.02.021>
17. Leoński, W. (2022). Crowdfunding as an innovative source of financing business initiatives in Poland. *Volume*, 207, 2921-2929. doi: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.09.350>
18. Gerber, E. M., & Hui, J. (2013). Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 20(6), Article 34. doi: <https://doi.org/10.1145/2530540>
19. Shvayko, M. L., & Grebeniuk, N. O. (2020.) Current crediting instruments influencing investment climate in Ukraine. *Financial and credit activities: problems of theory and practice*, 1(32), 414-423. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v1i32.200584>
20. Gvozd, M. Y., Bondarenko, O. G., & Kulinyak, I. Y. (2020). Crowdfunding as a tool for attracting funds for financing start-up projects: analysis of foreign and domestic experience. *Economics and enterprise management*, 43, 131-136. doi: <https://doi.org/10.32843/infrastruct43-24> (in Ukrainian)

The article was received by the editors 15.10.2023.

The article is recommended for printing 19.11.2023.

<https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-12>
УДК 339.138:004.738.5

Лідія Юріївна Дорошенко

студент

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
майдан Свободи 4, Харків, 61022, Україна
lida.doroshenko2228@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0000-0195-1893>

РОЗВИТОК SMM ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто соціальний медіа маркетинг (SMM) як нову галузь маркетингу, що з'явилася з появою соціальних мереж, особливо Facebook та Twitter. Описано важливість соціальних мереж для підтримки зв'язку між брендами та їх аудиторією, реклами товарів і послуг, аналізу конкурентів та збору даних про аудиторію. Стаття наголошує на тому, що SMM є важливим інструментом для бізнесу у сучасних умовах, тому що соціальні мережі дозволяють знайти цільову аудиторію і підтримувати зв'язок з нею, а також просувати товари і послуги, залучати нових клієнтів, збільшувати лояльність і підвищувати бренд. У статті розглядається розвиток соціального медіа маркетингу (SMM) в Україні до початку та під час повномасштабної війни, яка розпочалася 24 лютого 2022 року. Автор стверджує, що до війни SMM був досить активним, а компанії використовували соціальні мережі для просування своїх брендів та товарів. Стаття містить діаграму, яка демонструє рейтинг найпопулярніших соціальних мереж в Україні до та після війни. Автор також відзначає, що після початку війни дуже сильно зросла популярність месенджера Telegram. Також в даній статті розглянуто приклад компанії ТОВ «Нова Пошта» як однієї з найбільших логістичних компаній в Україні, яка активно використовує соціальні мережі для взаємодії зі своїми клієнтами та підтримки свого бренду, розвитку та підтримки свого лідерства на ринку логістики. Стаття детально розглядає те, як компанія використовує свої соціальні мережі для публікації інформації про свої послуги, акції, новини, корисні поради для клієнтів, відповіді на запитання клієнтів та підтримки своїх корпоративних цінностей та соціальної відповідальності. Стаття також розглядає особливості розвитку SMM під час війни в Україні та можливості, які це може створити для компаній щодо вираження підтримки та підвищення своєї свідомості.

Ключові слова: **SMM (social media marketing), соціальні мережі, війна, Facebook, Telegram.**

JEL Classification: M31; M37; M39.

Як цитувати: Дорошенко, Л. Ю. (2023). Розвиток SMM під час війни в Україні. *Соціальна економіка*, 66, 131-140. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-12>

In cites: Doroshenko, L. (2023). Development of SMM during the war in Ukraine. *Social Economics*, 66, 131-140. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-12> (In Ukrainian)

Вступ. За останні десятиліття соціальні мережі (SMM) стали важливим інструментом для комунікації між компаніями та їхніми клієнтами. У зв'язку з повномасштабною війною росії проти України, яка розпочалася 24 лютого 2022 року, роль SMM ще більше зросла, оскільки соціальні мережі стали одним з головних джерел інформації для багатьох людей. За допомогою SMM компанії мають можливість ефективно взаємодіяти зі своїми клієнтами, забезпечуючи їм необхідну інформацію та послуги. Проте, розвиток SMM відкриває для компаній не лише можливості, але й ризики. Неконтрольоване використання соціальних медіа може призвести до розголошення конфіденційної інформації, зменшення довіри клієнтів та інших негативних

наслідків. Тому, для успішного використання SMM, компанії повинні розуміти особливості цього інструменту та розвивати відповідні стратегії.

Метою даної статті є дослідження розвитку та особливостей використання SMM під час війни в Україні для компаній та розробка рекомендацій для підприємницького сектору щодо ефективного використання інструментів SMM в комунікації зі споживачами в умовах війни.

Предметом дослідження є використання інструментів SMM для розвитку бізнесу та комунікації зі споживачами в умовах війни.

Об'єктом дослідження є досвід використання інструментів SMM в Україні до та під час війни, а також теоретичні аспекти роз-

витку SMM та його використання в комунікації зі споживачами.

Основними завданнями статті є аналіз ролі SMM у комунікації між компаніями та їхніми клієнтами під час війни в Україні, виявлення основних можливостей та ризиків, що пов'язані з використанням SMM в умовах війни, а також розробка рекомендацій для компаній щодо ефективного використання SMM в комунікації зі споживачами в умовах війни.

Враховуючи значення соціальних мереж в сучасному світі та їхню роль у взаємодії між бізнесом та споживачами, дане дослідження може бути корисним для практикуючих менеджерів та маркетологів, які зацікавлені у розвитку SMM-стратегій в умовах війни. Також воно може бути корисним для науковців, які цікавляться проблемами комунікації та маркетингу в умовах війни, а також для студентів, які вивчають маркетинг та соціальні медіа.

Огляд літератури. Розвиток соціальних медіа в останні десятиліття змінив спосіб, яким багато компаній взаємодіють зі своїми клієнтами. За допомогою соціальних мереж, компанії можуть забезпечити швидку та ефективну комунікацію зі своїми клієнтами, а також забезпечити їм необхідну інформацію та послуги. Однак розвиток SMM також ставить перед компаніями нові виклики та ризики.

Серед початкових досліджень щодо проблем використання SMM для комунікації зі споживачами варто виділити роботу «Social media marketing for businesses» авторства Й. Чавла та Г. Чодак. У своїй роботі автори досліджують, як соціальні медіа впливають на формування думок та переконань людей, та як це може впливати на їхню поведінку. Вони звертають увагу на те, що соціальні медіа можуть змінювати сприйняття думок та переконань, що може призвести до зменшення довіри та участі в громадському житті (Chawla & Chodak, 2021).

Дослідження «College-Aged Young Consumers' Perceptions of Social Media Marketing: The Story of Instagram» авторства Х. Чен також варто згадати. У своїй роботі автор досліджує сприйняття маркетингу в соціальних медіа серед молодих споживачів коледжного віку, та як вони вплинули на політичну активність та мобілізацію громадськості. Він звертає увагу на те, що соціальні медіа можуть збільшувати громадську свідомість та мобілізацію, але також можуть бути використані для поширення дезінформації та маніпуляції громадською думкою (Chen, 2017).

У контексті використання соціальних медіа для комунікації зі споживачами варто звернути увагу на дослідження «Social media: communication strategies, engagement and future research directions» авторства Р. Долан,

Дж. Кондуїт, Дж. Фахі, С. Гудман. У своїй роботі вони досліджують, як компанія Starbucks використовує соціальні медіа для забезпечення ефективною комунікації зі своїми клієнтами, та як це впливає на задоволення клієнтів та їх лояльність до компанії. Автори звертають увагу на те, що успіх використання соціальних медіа залежить від здатності компанії ефективно взаємодіяти зі своїми клієнтами та відповідати на їхні запити та потреби (Dolan, Conduit, Fahy, & Goodman, 2017).

Щодо розвитку SMM під час війни в Україні, важливо звернути увагу на дослідження «Scroll and share: The role of social media on conflicts» авторства Е. Брукс. У своїй роботі автори досліджують, як соціальні медіа використовуються в конфліктних ситуаціях, та як це може впливати на поведінку та думки людей. Вони звертають увагу на те, що соціальні медіа можуть використовуватися для маніпуляції громадською думкою та поширення дезінформації, але також можуть бути використані для забезпечення швидкої та ефективною комунікації зі споживачами та громадськістю в цілому (Brooks, 2023).

Також варто згадати дослідження «Fit for life: A content analysis of fitness tracker brands use of Facebook in social media marketing» авторства М. Пінто та А. Ягнік. У своїй роботі вони досліджують, як соціальні медіа впливають на наміри споживачів купувати товари. Автори зазначають, що соціальні медіа можуть бути ефективним інструментом впливу на рішення споживачів про покупку, зокрема шляхом створення позитивного іміджу товару чи бренду, активного залучення споживачів до взаємодії з брендом, та створення емоційного зв'язку зі споживачами (Pinto & Yagnik, 2017).

Ще одним цікавим дослідженням є «Social Media Marketing (SMM): What It Is, How It Works, Pros and Cons» авторства А. Хайес. У цій роботі досліджується загальні питання щодо SMM, а також те, як соціальні медіа можуть впливати на залученість працівників до своєї роботи та їхню продуктивність. Автори зазначають, що соціальні медіа можуть бути ефективним інструментом для підвищення мотивації працівників, забезпечення комунікації та співпраці між колегами, а також для сприяння розвитку особистісних та професійних компетенцій (Hayes, 2023).

У спеціальному випуску «Frontier Research Issues in Social Media Practices in Management and Marketing» представлено п'ять досліджень, що розглядають аспекти використання соціальних мереж у різних контекстах, у тому числі пов'язаних з пандемією COVID-19, в Японії та країнах Південно-Східної Азії. Автори зосереджують увагу на тому, як саме соціальні медіа можуть бути викорис-

стані для підвищення ефективності бізнесу та залучення стейкхолдерів (Ting, 2023).

Дослідження «Social media etiquette: A guide and checklist to the benefits and perils of social marketing» авторства М. Рамсай спрямовано на проведення аналізу ключових факторів, що впливають на реалізацію успішної роботи у соціальних мережах. Зокрема, автор зазначає: успіху досягають компанії, що використовують диференційований підхід до взаємодії з аудиторією. Тон, зміст і мова повинні бути адаптовані відповідно до того, чи є одержувач клієнтом, потенційним клієнтом, фанатом або недобррозичливцем – використання універсального підходу лише ще більше відштовхне аудиторію. Також автором сформувано перелік позитивних та негативних кейсів SMM (Ramsay, 2010).

Ю. Джоші, В.М. Лім, К. Джагані та інші провели системний аналіз існуючої літератури з питань вивчення впливу соціальних мереж у маркетингу. За результатами дослідження серед основних напрямків впливу було виокремлено парасоціальні взаємодії та відносини, спонсорство, автентичність, а також залученість і вплив. Огляд також показав важливу роль факторів, пов'язаних з аудиторією, брендом, порівняльним аналізом, контентом, інфлюенсерами, соціальними та технологічними факторами, у впливі на реакцію споживачів на маркетинг інфлюенсерів у соціальних мережах (Joshi, Lim, Jagani, et al., 2023).

Багато авторів зараз акцентують увагу на дослідженні особливостей соціальних медіа. Зокрема, Н. Кога зазначає, що на відміну від традиційних медіа-каналів, включаючи «власні медіа» та «платні медіа», соціальні медіа характеризуються тим, що їх неможливо контролювати з боку компаній. У роботі розглядаються два типи контекстно-маркетингових методів у неконтрольовані медіа: залучення клієнта проти утримання клієнта та формування контексту через соціальні медіа (Koga, 2019).

Е. Кеттер та Е. Авраам зосереджуються на вивченні унікальних характеристик соціальних мереж, які перетворюють користувачів з пасивної аудиторії на активних учасників. За результатами дослідження виявлено, що під час використання соціальних медіа в маркетингових кампаніях різниця між компонентами джерела, повідомлення та одержувача зникає, оскільки користувачі отримують більше повноважень і відіграють активну роль у створенні та поширенні повідомлень компанії (Ketter & Avraham, 2012).

Особливості маркетингових стратегій в соціальних мережах (SMMS) аналізували Ф. Лі, Ж. Ларімо та Л. К. Леоніду. Зокрема, авторами було надано наступне визначення маркетингової стратегії в соціальних мере-

жах - це інтегрована модель діяльності організації, яка, ґрунтуючись на ретельній оцінці мотивації клієнтів щодо використання соціальних мереж, пов'язаних з брендом, та здійсненні цілеспрямованих ініціатив із залучення, перетворює зв'язок (мережі) та взаємодію (впливи) в соціальних мережах на цінні стратегічні засоби для досягнення бажаних маркетингових результатів. Також, було запропоновано таксономію, яка класифікує SMMS на чотири типи відповідно до рівня їхньої стратегічної зрілості: стратегія соціальної комерції, стратегія соціального контенту, стратегія соціального моніторингу та стратегія соціальної CRM (Li, Larimo, & Leonidou, 2021).

Окрема увага приділяється і оцінці ефективності соціальних медіа. Колектив авторів (Vorvoreanu, Boisvenue, Wojtalewicz, et al., 2013) представив метод використання аналітики соціальних мереж, який дає змогу як широкої загальної оцінки, так і глибокого розуміння тем і проблем, що виникають навколо маркетингової кампанії (Vorvoreanu, Boisvenue, Wojtalewicz, et al., 2013).

В. Кумар, Дж. Б. Чой та М. Грін дослідили синергетичні ефекти маркетингу в соціальних мережах і традиційного маркетингу, а також вплив часової перемінної на ефективність їх маркетингових зусиль за допомогою методу TVEM для кращого розподілу ресурсів (Kumar, Choi, & Greene, 2017).

Перспективи розвитку соціального маркетингу розглядали Г. Аппель, А. Греваль, Р. Хаді та інші. Спираючись на академічні дослідження, дискусії з лідерами індустрії та популярний дискурс, автори визначили дев'ять тем, згрупованих за ступенем прогнозованої неминучості (тобто найближче, близьке та далеке майбутнє), які, на їхню думку, суттєво впливатимуть на майбутнє соціальних медіа через три призми: споживача, індустрії та державної політики. Серед даних тем зазначені такі, як проблеми конфіденційності в соціальних мережах, боротьба з самотністю та ізоляцією, соціальні медіа як політичний інструмент, інтеграція та повна конвергенція онлайн і офлайн, соціальні медіа від не-людей тощо (Appel, Grewal, Hadi, et al., 2020).

Дані дослідження підкреслюють важливість використання соціальних медіа для комунікації зі споживачами та працівниками, а також показують, що вдале використання соціальних медіа може мати значний вплив на різноманітні аспекти бізнесу.

Методологія дослідження. Методологія дослідження полягає у проведенні аналізу з використанням кількох етапів.

Перший етап передбачає збір та обробку інформації про розвиток SMM загалом у світі. Для цього були використані як українські, так і закордонні інформаційні джерела, зокрема,

статті, дослідження, звіти тощо.

Другий етап полягає в порівняльному аналізі використання SMM в Україні в довоєнний період та в період війни (з 24 лютого 2022 року). Для цього були використані дані з Facebook, Twitter, Instagram, YouTube та інших соціальних мереж, які забезпечують можливість моніторингу змін у сприйнятті SMM під час воєнного конфлікту.

Третій етап полягає у порівнянні отриманих результатів дослідження, а також у формулюванні висновків й рекомендацій щодо розвитку SMM в Україні під час війни, у тому числі визначенні перспектив розвитку SMM для вітчизняного бізнесу.

Основні результати. Соціальний медіа маркетинг (SMM) – це відносно нова галузь маркетингу, що з'явилася наприкінці 2000-х років зі зростанням популярності соціальних мереж.

Перші соціальні мережі, такі як Friendster і MySpace з'явилися в 2002 році. Однак, реальний прорив відбувся з появою Facebook у 2004 році, який змінив спосіб, яким люди спілкуються та співпрацюють онлайн.

З появою Facebook, а згодом і Twitter у 2006 році, з'явилися нові можливості для брендів та компаній взаємодіяти зі своїми клієнтами, а також потенційними клієнтами через соціальні медіа.

У 2007 році Facebook запустив свою рекламну платформу, що дозволила компаніям

розміщувати рекламу на сторінках користувачів та на сторінках фірм.

У 2010 році Instagram запустив свою платформу та відкрив для бізнесу можливість використовувати соціальну мережу для маркетингу своїх продуктів та послуг (Сметанюк, 2020).

Рейтинг найбільш популярних соціальних мереж у світі за кількістю користувачів схематично наведено на рис. 1.

Із рис. 1 бачимо, що Facebook вже багато років поспіль лишається провідною соціальною мережею у світі, яка також визнана більшістю маркетологів найважливішою соціальною платформою для бізнесу. Згідно з даними за січень 2023 року, Facebook має понад 2,9 мільярда активних користувачів, що становить майже четверту частину населення планети. На другому місці залишається YouTube з більш ніж 2,5 мільярдами активних користувачів.

У той же час мобільні месенджери такі як WhatsApp, WeChat та Facebook Messenger займають третє, п'яте та шосте місця в рейтингу відповідно. Дані свідчать про те, що користувачі все більше використовують месенджери для спілкування з друзями, родиною та взаємодії з бізнесом.

Instagram і TikTok займають четверте та шосте місця в рейтингу відповідно, що свідчить про популярність візуального контенту та коротких відеороликів серед користувачів соціальних мереж.

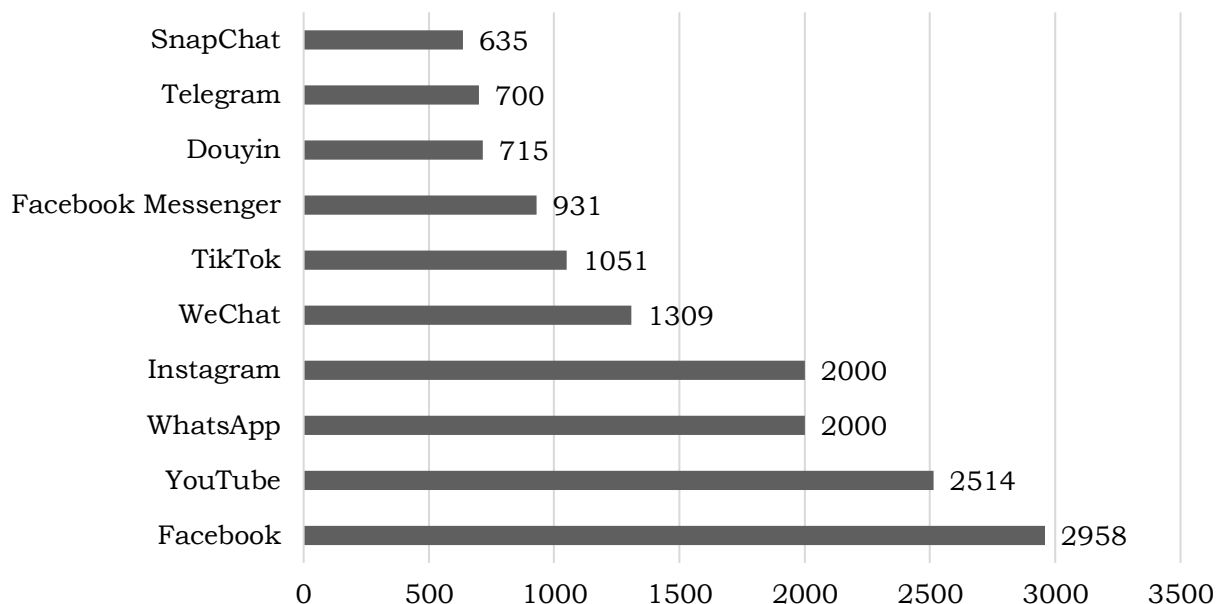


Рис. 1. Найпопулярніші соціальні мережі у світі за чисельністю користувачів на 01.01.2023, млн осіб

Fig. 1. The most popular social networks in the world by the number of users as of 01.01.2023, million people

Джерело: побудовано автором за даними¹

¹ Веб-сайт статистичних даних Statista. URL: <https://www.statista.com/markets/424/topic/540/social-media-user-generated-content/#overview> (дата звернення 03.10.2023).

Особливу увагу варто приділити платформі TikTok як одній із таких, що найбільше зростають. Станом на початок 2023 року TikTok займає шостий рядок рейтингу, але швидше за інших набирає популярності. Тому не можна виключати, що до кінця 2023 року підійметься ще на кілька рядків вгору.

Загалом дані веб-сайту Statista показують, що соціальні мережі є важливими майданчиками для взаємодії бізнесу зі своїми клієнтами, тому їх використання для маркетингу та збуту стає все більш актуальним.

Отже, створені як інструмент розваг, соціальні мережі перетворилися на потужний засіб маркетингу. Підтримуючи основну мету – спілкування людей, соціальні мережі також відіграють важливу роль у зв'язку маркетингологів з клієнтами. Вони володіють величезним потенціалом для подальшого розвитку. Сьогодні соціальні мережі є важливим каналом комунікації між брендами та їх аудиторією. Багато компаній використовують соціальні мережі для реклами своїх продуктів та послуг, побудови бренду, підтримки клієнтів та створення взаємодії зі своїми клієнтами. Соціальні медіа використовуються також для збору даних про аудиторію та її поведінку, аналізу конкурентів та ринку (Горбаль, 2018).

Таким чином, SMM (Social Media Marketing) – це вид маркетингової діяльності, що передбачає використання соціальних мереж для просування бренду, товарів або послуг.

Основною метою SMM є залучення уваги та зацікавленості цільової аудиторії до компанії, її продуктів та послуг.

Завдання SMM полягає в збільшенні свідомості про бренд, залученні нових клієнтів та збереженні та підвищенні лояльності поточних клієнтів. Для досягнення цих цілей, SMM використовує різні методи та інструменти, такі як створення та розміщення контенту, спілкування зі споживачами, аналіз результатів та налаштування рекламних кампаній.

Функції SMM включають в себе:

1. Розробка стратегії SMM: це включає в себе визначення цілей, аудиторії, контенту та каналів комунікації.

2. Створення та розміщення контенту: це можуть бути текстові повідомлення, фотографії, відео та інші матеріали, які привертають увагу аудиторії.

3. Спілкування зі споживачами: це включає відповіді на запитання та коментарі, розв'язання проблем та надання інформації про продукти та послуги.

4. Аналіз результатів: це включає в себе визначення ефективності SMM-стратегії та налаштування її відповідно до результатів.

5. Рекламування: це може включати розміщення платних оголошень на соціальних медіа, щоб залучити нових клієнтів та збільшити свідомість про бренд.

Основні переваги SMM полягають у тому, що це дозволяє компаніям залучати більш широку аудиторію та взаємодіяти з нею безпосередньо, збільшувати свою онлайн-присутність та підвищувати рівень лояльності клієнтів. Крім того, SMM може допомогти компаніям збільшити свій обсяг продажів та підвищити рівень впізнаваності бренду.

SMM є важливим інструментом для бізнесу в наш час. Соціальні мережі є місцем, де можна знайти практично будь-яку цільову аудиторію і підтримувати зв'язок з нею. SMM дозволяє бізнесу ефективно просувати свої товари і послуги, залучати нових клієнтів, збільшувати лояльність і підвищувати свій бренд.

Один з найбільших переваг SMM полягає в тому, що воно дозволяє бізнесу залучати увагу своєї аудиторії шляхом створення цікавого та відповідного контенту. Крім того, за допомогою соціальних мереж можна швидко і легко взаємодіяти зі своїми клієнтами, відповідати на їх запитання та відгуки, що сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів.

SMM також дозволяє бізнесу отримувати важливі дані про своїх клієнтів та конкурентів. Збір даних про діяльність в соціальних мережах, таких як реакції на публікації, кількість лайків та коментарів, дозволяє зрозуміти, які типи контенту привертають найбільше уваги аудиторії та які теми потребують більшої уваги. Це допомагає підвищувати ефективність маркетингових кампаній і залучати більше клієнтів.

Нарешті, SMM дозволяє бізнесу бути більш видимим в Інтернеті. За допомогою соціальних мереж можна створювати і розповсюджувати вірусний контент, що допоможе залучити нових клієнтів і збільшити обіг товарів і послуг.

Проте, SMM вимагає певної експертизи та знань про роботу в соціальних мережах. Необхідно розуміти особливості кожної платформи, а також знати, як створювати цікавий та відповідний контент для своєї аудиторії.

Також важливо бути готовим взаємодіяти зі своїми клієнтами, відповідати на їх запитання та відгуки, і підтримувати діалог.

Щоб успішно просувати бізнес в соціальних мережах, важливо мати чітку стратегію, яка відповідає цілям та потребам вашого бізнесу. Також потрібно знати свою аудиторію та знаходити ефективні способи залучення нових клієнтів.

У загальному, SMM є важливим інструментом для будь-якого бізнесу, який бажає збільшити свій обіг, підвищити лояльність клієнтів та підвищити свій бренд. Проте, важливо мати чітку стратегію та експертизу для досягнення максимальної ефективності.

Розвиток SMM в Україні перед повномас-

штабною війною, яка розпочалася 24 лютого 2022 року був досить активним. Більшість компаній, які працюють в Україні, включаючи малий та середній бізнес, активно використовували соціальні мережі для просування своїх товарів та послуг.

Одним з основних напрямків SMM в Україні до війни було просування брендів та створення позитивного іміджу компанії.

Крім того, соціальні мережі використовувались для збільшення свідомості про товари та послуги, залучення нових клієнтів та збільшення лояльності існуючих.

Українські SMM-агентства надавали різноманітні послуги з соціального медіа-маркетингу, зокрема: аналіз та стратегічне планування, створення та розміщення контенту, рекламні кампанії та аналітика.

Крім того, в Україні активно працювали фрілансери та невеликі агентства, які спеціалізуються на роботі зі соціальними мережами.

Порівнюючи популярність соціальних мереж серед користувачів України до війни та після, можемо відзначити, що рейтинг найпопулярніших соціальних мереж майже не змінився (рис. 2).

Із рис. 2 бачимо, що українські користувачі досить активно використовують

Facebook, Instagram, YouTube та TikTok як до війни, так і після. Однак, як можна помітити, деякі з них втратили значну кількість користувачів.

До повномасштабного вторгнення у 2021 році рейтинг найбільш популярних соціальних мереж в Україні за кількістю скачувань став TikTok, який досить швидко набрав близько 12 млн. користувачів з України.

З початку війни дуже сильно зросла популярність Telegram, який став популярним завдяки трьом факторам:

- у перші дні вторгнення більшість українців використовувала месенджер для підтримки зв'язку з родичами, друзями та колегами;
- він став одним з найзручніших способів отримання новин про ситуацію в країні завдяки появі безлічі новинних Telegram-каналів та офіційних урядових каналів, призначених для інформування населення;
- Telegram був одним з перших додатків, що надавав можливість зв'язку з тими, хто був змушений бути за кордоном¹.

Таким чином, SMM в Україні перед війною 2022 року розвивався досить інтенсивно, і цей тренд продовжується і зараз. Це свідчить про те, що соціальні мережі є важливим інструментом для просування бізнесу в Україні².

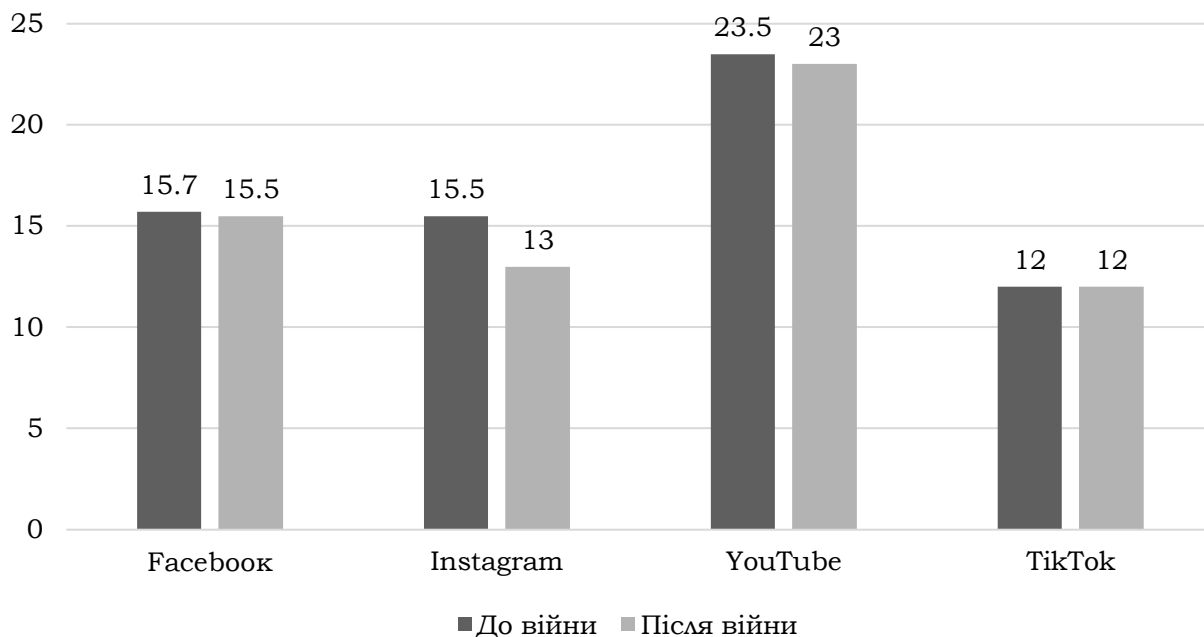


Рис. 2. Динаміка користування соціальними мережами в Україні до війни та в період війни, млн осіб

Fig. 2. The dynamics of the use of social networks in Ukraine before the war and during the war, million people

Джерело: побудовано автором за даними³

¹ Social Media Marketing (SMM): statistics and new strategies. URL: <https://www.intotheminds.com/blog/en/social-media-marketing-smm/> (дата звернення 03.10.2023).

² Як війна змінила споживчу поведінку українців у 2022 році. URL: <https://www.ucsc.org.ua/yak-vijna-zminyula-spozhyvchu-povedinku-ukrayincziv-u-2022-goczi/> (дата звернення : 20.09.2023).

³ Як змінився рейтинг соціальних мереж в Україні та світі: актуальна статистика після 24 лютого 2022 року. URL: <https://goodwayinc.com/blog/social-media-ranking-changes/> (дата звернення 03.10.2023).

Використання соціальних мереж є ефективним інструментом для будь-якої компанії, оскільки вони дозволяють взаємодіяти зі своїми клієнтами, розповідати про свої продукти та послуги, розвивати свій бренд і залучати нових клієнтів. Розглянемо ТОВ «Нова Пошта» як приклад компанії, яка активно використовує ці можливості для свого розвитку та підтримки свого лідерства на ринку логістики в Україні.

«Нова Пошта» – це одна з найбільших логістичних компаній в Україні, яка займається доставкою посилок та інших вантажів в Україні та за кордон. Компанія активно використовує соціальні мережі для взаємодії зі своїми клієнтами та підтримки свого бренду¹.

«Нова Пошта» має офіційні сторінки в соціальних мережах, таких як Facebook², Instagram³, Twitter⁴, YouTube⁵, LinkedIn⁶, TikTok⁷ та Telegram, на які підписано багато користувачів (рис. 3).

На цих сторінках компанія публікує інформацію про свої послуги, акції, новини та корисні поради для клієнтів. Наприклад, в середньому «Нова Пошта» публікує близько 5-7 постів на тиждень в Instagram та 1-2 на день в Facebook.

Крім того, «Нова Пошта» використовує соціальні мережі для взаємодії зі своїми клієнтами, відповідає на їх запитання, зауваження та пропозиції.

Компанія проводить різні акції та конкурси для своїх підписників у соціальних мережах, наприклад, на своїй сторінці в Facebook «Нова Пошта» у 2021 році провела конкурс «Новорічний квест» з призами від компанії.

«Нова Пошта» також використовує соціальні мережі для підтримки своїх брендів цінностей та соціальної відповідальності. Наприклад, у 2020 році компанія запустила акцію «День безкоштовної доставки», яка була успішною та отримала багато позитивних відгуків в соціальних мережах.

У 2021 році компанія провела акцію «Підтримай українське!», в рамках якої пропонувала своїм клієнтам здійснювати покупки українських виробників та отримувати знижки на послуги «Нової Пошти». Також в цьому ж році «Нова Пошта» запустила кампанію «Відкривай майбутнє», в рамках якої вона пропонувала молодим людям можливість отримати стипендію на навчання за кордоном.

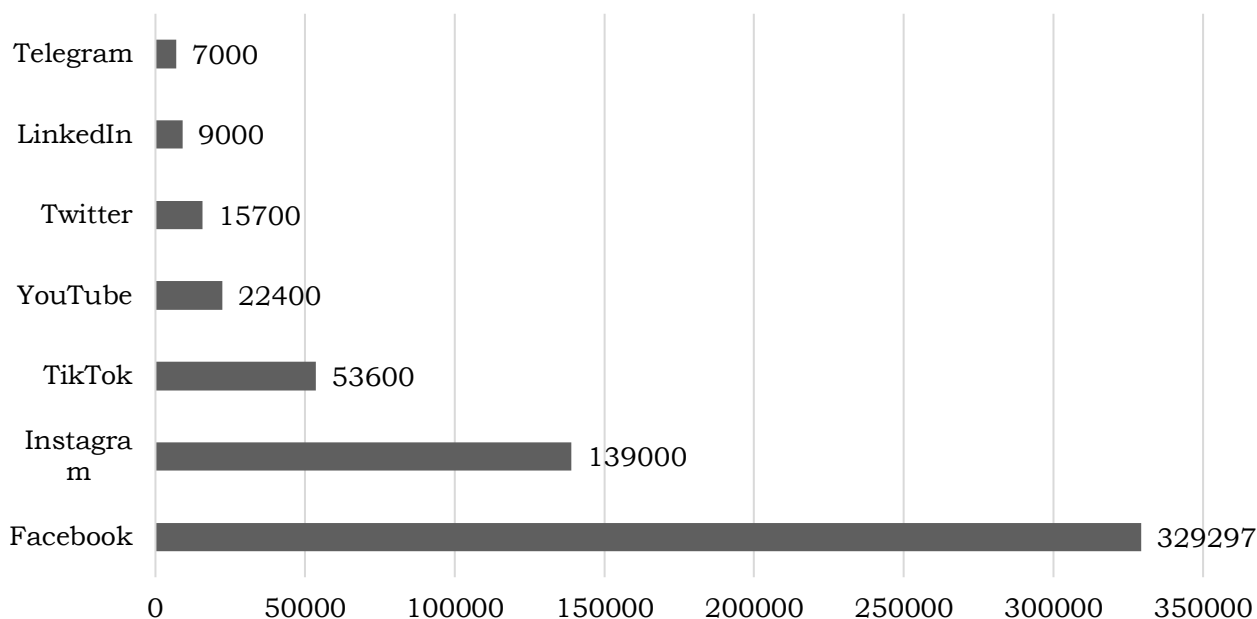


Рис. 3. «Нова Пошта» в соціальних мережах, кількість підписників

Fig. 3. «Nova Poshta» on social media, number of subscribers

Джерело: побудовано автором за даними сторінок «Нова Пошта» в соціальних мережах

¹ Веб-сайт компанії ТОВ «Нова Пошта». URL: <https://novaposhta.ua/> (дата звернення 03.10.2023).

² Facebook-сторінка ТОВ «Нова Пошта». URL: <https://www.facebook.com/nova.poshta.official> (дата звернення 03.05.2023).

³ Instagram-сторінка ТОВ «Нова Пошта». URL: <https://www.instagram.com/novaposhta.official/> (дата звернення 03.10.2023).

⁴ Twitter-сторінка ТОВ «Нова Пошта». URL: https://twitter.com/NP_official_ua (дата звернення 03.10.2023).

⁵ Youtube-сторінка ТОВ «Нова Пошта». URL: <https://www.youtube.com/channel/UCUgNSjGSiSdJBTjGG2IA4JA> (дата звернення 03.10.2023).

⁶ LinkedIn-сторінка ТОВ «Нова Пошта». URL: <https://ru.linkedin.com/company/novaposhta> (дата звернення 03.10.2023).

⁷ TikTok-сторінка ТОВ «Нова Пошта». URL: <https://www.tiktok.com/@novaposhta.official> (дата звернення 03.10.2023).

Також компанія проводить соціальні медіа-кампанії, які мають на меті залучити нових клієнтів та підтримати свій бренд, активно співпрацює зі своїми клієнтами та інфлюенсерами, надаючи їм послуги та рекламні площі на своїх сторінках в соціальних мережах (Нова Пошта).

Крім того, «Нова Пошта» публікує на своїх сторінках корисні поради для своїх клієнтів, що стосуються доставки посилок та інших питань логістики.

Отже, можна сказати, що «Нова Пошта» активно використовує соціальні мережі для взаємодії зі своїми клієнтами та підтримки свого бренду, проводить соціальні медіа-кампанії та намагається бути якомога доступнішою для своїх клієнтів. Компанія активно розвиває свої соціальні мережі та запроваджує нові формати контенту, що сприяє підвищенню ефективності її SMM-стратегії.

Розвиток SMM під час війни в Україні має свої особливості, оскільки ситуація на військовій та політичній арені впливає на комунікацію між брендами та їх аудиторією в соціальних мережах. Проте, це також може стати можливістю для компаній проявити свою підтримку Україні та підвищити свою свідомість.

Під час війни, компанії почали використовувати соціальні мережі для вираження своєї підтримки військовим, постраждалим та мирним жителям. Крім того, багато компаній запустили благодійні кампанії та збори коштів для допомоги постраждалим від війни.

Так, від початку війни в Україні «Нова Пошта» продовжувала свою роботу в умовах зміненої безпекової ситуації. З 24 лютого 2022 року проект, що був представлений в соціальних мережах як «Гуманітарна пошта» перетворилася на окремий гуманітарний напрямок діяльності компанії «Нова пошта». З 2014 року до початку повномасштабної російської агресії проти України вже було доставлено майже 20 тисяч гуманітарних вантажів, а з початку війни «Нова пошта» перевозить близько 1500 тон гуманітарних вантажів щомісяця для захисту та підтримки населення України. Загалом «Нова пошта» забезпечувала доставку гуманітарної допомоги та листування для населення на тимчасово окупованих територіях, допомагала військовим, бійцям добровольчих батальйонів та нацгвардії у доставці бойової техніки та продуктів харчування.

Також компанії використовували соціальні мережі для поширення корисної інформації про безпеку та порад щодо поведінки в умовах війни. Наприклад, поради щодо збереження життя від мін та бомб або ж важливих номерів телефонів для допомоги.

З іншого боку, під час війни дещо зменшилась кількість активних користувачів соці-

альних мереж, тому більшість компаній переглянули свою стратегію SMM та змінили її для підтримки максимального ефекту в умовах обмеженого ресурсу.

Отже, розвиток SMM під час війни в Україні має свої особливості, але це також може бути можливістю для компаній підвищити свою свідомість та проявити свою підтримку важливих справ.

На нашу думку, доцільним є розробка більш комплексних стратегій SMM, що будуть зосереджені на побудові більш глибоких зв'язків зі споживачами, використовуючи персоналізований підхід та розвиток відповідних мережеских інструментів. Крім того, пропонуємо звернути увагу на побудову довготермінових відносин зі споживачами, використовуючи SMM як засіб для розвитку бренду та збільшення свідомості про товар або послугу компанії.

Висновки. Таким чином, дослідження розвитку SMM під час війни в Україні вказує на те, що соціальні мережі стали одним з найважливіших каналів комунікації зі споживачами, які дозволили компаніям зберігати контакт зі своєю аудиторією навіть в умовах війни. Під час війни більшість компаній зосредились на стратегіях відповіді на питання клієнтів та спільноти, а не на рекламі, що дозволило їм зберігати довіру та лояльність своїх клієнтів.

У подальших дослідженнях можна зосередитися на аналізі взаємодії компаній зі споживачами в умовах війни та на вивченні ролі SMM в підтримці соціальної стабільності в країні, а також на розвитку методології ефективного використання SMM в умовах війни для компаній з різних сфер діяльності.

Таким чином, SMM може стати важливим інструментом комунікації зі споживачами в умовах війни для компаній, які бажають зберегти контакт з аудиторією та зберігати довіру та лояльність клієнтів. Існують можливості для розвитку більш глибоких зв'язків зі споживачами, використовуючи персоналізований підхід та розвиток відповідних мережеских інструментів.

Крім того, компанії можуть використовувати SMM як засіб для розвитку бренду та збільшення свідомості про свої товари та послуги. Подальші дослідження можуть допомогти розширити знання про роль SMM в умовах війни в розвитку взаємодії між компаніями та споживачами та в підтримці соціальної стабільності в країні. Важливо звернути увагу на розробку ефективної методології використання SMM в умовах війни для компаній з різних сфер діяльності. В цілому, розвиток SMM під час війни в Україні показав, що цей інструмент може бути дієвим в забезпеченні комунікації між компаніями та їх аудиторією в умовах війни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Chawla Y., Chodak G. Social media marketing for businesses: Organic promotions of web-links on Facebook. *Journal of Business Research*. 2021. Vol. 135. Pp. 49-65. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.020>
2. Chen H. College-Aged Young Consumers' Perceptions of Social Media Marketing: The Story of Instagram. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*. 2018. Vol. 39. Pp. 22-36. DOI: <https://doi.org/10.1080/10641734.2017.1372321>
3. Dolan R., Conduit J., Fahy J., Goodman S. Social media: communication strategies, engagement and future research directions. *International Journal of Wine Business Research*. 2017. Vol. 29, No. 1. Pp. 2-19. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJWBR-04-2016-0013>
4. Brooks A. Scroll and share: The role of social media on conflicts. *International Journal of Information Management (IJIM)*. 2023. Vol. 2, No. 1. Pp. 18-24.
5. Pinto M. B., Yagnik A. Fit for life: A content analysis of fitness tracker brands use of Facebook in social media marketing. *Journal of Brand Management*. 2017. Vol. 24. Pp. 49-67. DOI: <https://doi.org/10.1057/s41262-016-0014-4>
6. Hayes A. Social Media Marketing (SMM): What It Is, How It Works, Pros and Cons. 2023. URL: <https://www.investopedia.com/terms/s/social-media-marketing-smm.asp> (дата звернення 03.10.2023).
7. Ting I. H. Special Issue: Frontier Research Issues in Social Media Practices in Management and Marketing. *Rev Socionetwork Strat.* 2023. Vol. 17. Pp. 1-2. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12626-023-00137-z>
8. Ramsay M. Social media etiquette: A guide and checklist to the benefits and perils of social marketing. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*. 2010. Vol. 17. Pp. 257-261. DOI: <https://doi.org/10.1057/dbm.2010.24>
9. Li F., Larimo J., Leonidou L. C. Social media marketing strategy: definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2021. Vol. 49. Pp. 51-70. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00733-3>
10. Kumar V., Choi J. B., Greene M. Synergistic effects of social media and traditional marketing on brand sales: capturing the time-varying effects. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2017. Vol. 45. Pp. 268-288. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-016-0484-7>
11. Joshi Ya., Lim W.M., Jagani Kh., Kumar S. Social media influencer marketing: foundations, trends, and ways forward. *Electronic Commerce Research*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10660-023-09719-z>
12. Ketter E., Avraham E. The social revolution of place marketing: The growing power of users in social media campaigns. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2012. Vol. 8. Pp. 285-294. DOI: <https://doi.org/10.1057/pb.2012.20>
13. Koga H. An Essay on the Taxonomy and Trajectory of Social Media Marketing: From Customer Information to Customer Experience. *The Review of Socionetwork Strategies*. 2019. Vol. 13. Pp. 19-31. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12626-019-00031-7>
14. Vorvoreanu M., Boisvenue G. A., Wojtalewicz C. J., Dietz E. J. Social media marketing analytics: A case study of the public's perception of Indianapolis as Super Bowl XLVI host city. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*. 2013. Vol. 14. Pp. 321-328. DOI: <https://doi.org/10.1057/dddmp.2013.18>
15. Appel G., Grewal L., Hadi Rh., Stephen A. T. The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2020. Volume 48, Pp. 79-95. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>
16. Сметанюк О. А., Причепя І. В., Мосійчук В. В. Social media marketing (SMM) в Україні: особливості та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2020. № 6. С. 1-7. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.6.52>
17. Крючко К. Маркетинг воєнного часу: як змінилася поведінка споживачів під час війни? Чи потрібний бренд у воєнний час? Як має змінитися підхід до маркетингу? Дослідження Navas Village Ukraine. URL: <https://cases.media/article/marketing-voennogo-chasu-doslidzhennya-navas-village-ukraine> (дата звернення: 28.09.2023).
18. Косар Н. С., Мамчин М. М., Баран А. О. Дослідження зміни поведінки споживачів у сучасних умовах. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 45. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-68>
19. Бажеріна К. В., Черненко О. В., Афанасьєва К. О. Зміна споживчої поведінки українців в умовах кризи. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/64.pdf (дата звернення: 19.09.2023).
20. Горбаль Н. І., Ільницька К. О., Романишин С. Б. Професія SMM-маркетолога в Україні: проблеми та перспективи. *Бізнес Інформ*. 2018. № 12. С. 477-482.

Стаття надійшла до редакції 06.10.2023 р.

Стаття рекомендована до друку 17.11.2023 р.

Lidiia Doroshenko, Student, V.N. Karazin Kharkiv National University, 4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine

lida.doroshenko2228@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0000-0195-1893>

DEVELOPMENT OF SMM DURING THE WAR IN UKRAINE

Abstract. The study evaluates social media marketing (SMM) as a new field of marketing that emerged with the advent of social networks, particularly Facebook and Twitter. It describes the importance of social media in maintaining communication between brands and their audience, advertising goods and services, analyzing competitors, and gathering audience data. The article emphasizes that SMM is an essential tool for modern businesses because social networks allow them to find their target audience and maintain communication with it, promote their products and services, attract new customers, increase loyalty, and enhance their brand. The article examines the development of social media marketing (SMM) in Ukraine before the start of the full-scale war that began on February 24, 2022. The author claims that before the war, SMM was quite active, and

companies used social networks to promote their brands and products. The article includes a diagram that shows the ranking of the most popular social networks in Ukraine before and after the war. The author also notes that the popularity of the Telegram messenger greatly increased after the start of the war. Additionally, the article discusses the example of the company LLC «Nova Poshta» as one of the largest logistics companies in Ukraine that actively uses social networks to interact with its customers and support its brand, development, and market leadership in logistics. The article examines in detail how the company uses its social networks to publish information about its services, promotions, news, useful tips for customers, answers to customer questions, and support for its corporate values and social responsibility. Furthermore, the article discusses the peculiarities of SMM development during the war in Ukraine and the opportunities it may create for companies to express their support and increase their awareness.

Keywords: **SMM (Social Media Marketing), Social Media, War, Facebook, Telegram.**

JEL Classification: M31; M37; M39.

REFERENCES

- Chawla, Y., & Chodak, G. (2021). Social media marketing for businesses: Organic promotions of web-links on Facebook. *Journal of Business Research*, 135, 49-65. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.020>
- Chen, H. (2017). College-Aged Young Consumers' Perceptions of Social Media Marketing: The Story of Instagram. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 39, 22-36. doi: <https://doi.org/10.1080/10641734.2017.1372321>
- Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J., & Goodman, S. (2017). Social media: communication strategies, engagement and future research directions. *International Journal of Wine Business Research*, 29(1), 2-19. doi: <https://doi.org/10.1108/IJWBR-04-2016-0013>
- Brooks, A. (2023). Scroll and share: The role of social media on conflicts. *International Journal of Information Management (IJIM)*, 2(1), 18-24.
- Pinto, M. B., & Yagnik, A. (2017). Fit for life: A content analysis of fitness tracker brands use of Facebook in social media marketing. *Journal of Brand Management*, 24, 49-67. doi: <https://doi.org/10.1057/s41262-016-0014-4>
- Hayes, A. (2023) Social Media Marketing (SMM): What It Is, How It Works, Pros and Cons. Retrieved from <https://www.investopedia.com/terms/s/social-media-marketing-smm.asp>
- Ting, I. H. (2023). Special Issue: Frontier Research Issues in Social Media Practices in Management and Marketing. *Rev Socionetwork Strat*, 17, 1-2 doi: <https://doi.org/10.1007/s12626-023-00137-z>
- Ramsay, M. (2010). Social media etiquette: A guide and checklist to the benefits and perils of social marketing. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 17, 257-261 doi: <https://doi.org/10.1057/dbm.2010.24>
- Li, F., Larimo, J., & Leonidou, L. C. (2021). Social media marketing strategy: definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49, 51-70. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00733-3>
- Kumar, V., Choi, J. B., & Greene M. (2017). Synergistic effects of social media and traditional marketing on brand sales: capturing the time-varying effects. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45, 268-288. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-016-0484-7>
- Joshi, Ya., Lim, W.M., Jagani, Kh., & Kumar, S. (2023). Social media influencer marketing: foundations, trends, and ways forward. *Electronic Commerce Research*. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10660-023-09719-z>
- Ketter, E., & Avraham, E. (2012). The social revolution of place marketing: The growing power of users in social media campaigns. *Place Branding and Public Diplomacy*, 8, 285-294. DOI: <https://doi.org/10.1057/pb.2012.20>
- Koga, H. (2019). An Essay on the Taxonomy and Trajectory of Social Media Marketing: From Customer Information to Customer Experience. *The Review of Socionetwork Strategies*, 13, 19-31. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12626-019-00031-7>
- Vorvoreanu, M., Boisvenue, G. A., Wojtalewicz, C. J., & Dietz, E. J. (2013). Social media marketing analytics: A case study of the public's perception of Indianapolis as Super Bowl XLVI host city. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 14, 321-328. DOI: <https://doi.org/10.1057/ddmp.2013.18>
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, Rh., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 79-95. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>
- Smetaniuk, O. A., Prychepa, I. V., & Mosiichuk, V. V. (2020). Social media marketing (SMM) in Ukraine: Features and prospects of development. *Efficient economy*, 6, 1-7. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.6.52> (in Ukrainian)
- Kriuchko, K. (2022). Wartime Marketing: How Did Consumer Behavior Change During War? Is a brand necessary in wartime? How should the approach to marketing change? Research by Havas Village Ukraine. Retrieved from <https://cases.media/article/marketing-voyennogo-chasu-doslidzhennya-havas-village-ukraine> (in Ukrainian)
- Kosar, N. S., Mamchyn, M. M., & Baran, A. O. (2022). Study of changes in consumer behavior in modern conditions. *Ekonomika ta suspil'stvo*, 45. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-68> (in Ukrainian)
- Bazherina, K. V., Chernenko, O. V., & Afanas'eva, K. O. (2018). Changing consumer behavior of Ukrainians in a crisis. *Efektivna ekonomika*, 4. Retrieved from http://www.economy.navka.com.ua/pdf/4_2018/64.pdf (in Ukrainian)
- Horbai, N. I., Ilnytska, K. O., & Romanyshyn, S. B. (2018). The profession of SMM-marketer in Ukraine: problems and prospects. *Business Inform*, 12, 477-482. (in Ukrainian)

The article was received by the editors 06.10.2023.

The article is recommended for printing 17.11.2023.

<https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-13>
УДК 004.056:330.1; 004.4; 004.6; 35.07

Олексій Володимирович Доценко*

викладач
dotsenko@karazin.ua
<https://orcid.org/0000-0002-2028-1810>

Марко Валерійович Зеленський*

студент
marko.zelenskyi@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-9751-366X>

* Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна

ТОКЕНИ УПРАВЛІННЯ У КОНЦЕПТІ ЕЛЕКТРОННОГО ВРЯДУВАННЯ

Метою написання статті є оцінка ефективності використання токенів управління у концепті електронного врядування. Встановлено, що традиційні підходи до розподілу ресурсів та прийняття рішень у сфері електронного урядування часто стикаються з рядом викликів, таких як бюрократичні труднощі, відсутність прозорості у процесах та обмеженість засобів стимулювання активної участі від зацікавлених сторін. Визначено токени управління як форму криптовалюти, яка надає власникам можливість впливати на прийняття рішень, управління, розробку й екосистему певного блокчейн-проєкту чи децентралізованої платформи. Охарактеризовано основні аспекти токенів управління. Розкрито сутність токенів управління в контексті концепції електронного врядування. Виявлено, що токени управління можуть бути реалізовані через різні технології, включаючи блокчейн, смарт-контракти й інші цифрові рішення. З'ясовано, що останнім часом блокчейн став трансформаційною технологією, що є одним з останніх учасників всеосяжної ідеології «розумних міст». Підкреслено, що застосування технології блокчейн викликає значні занепокоєння стосовно конфіденційності, оскільки багато електронних урядових послуг пов'язані з особистими даними, які потрібно належним чином захищати для того, щоб уникнути ситуацій, коли блокчейн може стати об'єктом атак зловмисників, які намагаються отримати несанкціонований доступ до особистої інформації громадян.

Наведено сучасні приклади використання токенів управління у світі. Проведено SWOT-аналіз для виявлення переваг і недоліків використання токенів управління у концепті електронного врядування. Встановлено, що використання токенів управління в електронному врядуванні має свої переваги, такі як децентралізація рішень і стимулювання участі, але також і свої виклики, такі як технічні бар'єри і ризик вразливості до маніпуляцій. Зазначено, що при впровадженні цього підходу важливо уважно балансувати переваги та ризики для забезпечення ефективного та стійкого електронного урядування.

Ключові слова: **криптовалюта, технологія, токени управління, електронне врядування, блокчейн.**

JEL Classification: H10; M 10; O14; O20.

Як цитувати: Доценко, О. В., & Зеленський, М. В. (2023). Токени управління у концепті електронного врядування. *Соціальна економіка*, 66, 141-149. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-13>

In cites: Dotsenko, O., & Zelenskyi, M. (2023). Governance tokens in the concept of electronic government. *Social Economics*, 66, 141-149. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-13> (In Ukrainian)

Вступ. У сучасному світі, коли технології набувають все більшого значення в управлінні й політичних процесах, електронне врядування (e-governance) визнається однією з ключових стратегічних ініціатив у багатьох країнах. Оскільки уряди в усьому світі праг-

нуть впроваджувати цифрову трансформацію, існує гостра потреба в інноваційних рішеннях, які можуть вирішити ці проблеми та відкрити нову еру ефективного, децентралізованого та підзвітного врядування.

Традиційні моделі розподілу ресурсів та

прийняття рішень в електронному уряді часто стикаються з такими перешкодами, як бюрократичні складнощі, непрозорість процесів та обмеженість механізмів стимулювання активної участі зацікавлених сторін. Крім того, постійно зростаючий попит на глобальну співпрацю та потреба в оптимізації адміністративних процесів створюють серйозні перешкоди, які вимагають нових підходів до підвищення ефективності електронного урядування.

Разом з тим, варто зазначити, що з підвищенням інтересу до електронного урядування виникає ряд проблем і викликів, особливо в контексті використання токенів управління. Застосування токенів управління вимагає високого рівня кібербезпеки для захисту від несанкціонованого доступу та зложивання, а також забезпечення конфіденційності даних громадян. У той же час потрібно забезпечити, щоб всі громадяни мали рівний доступ до токенів управління і можливість виражати свою думку, уникнувши нерівностей й дискримінації. Важливо зробити так, щоб процеси прийняття рішень на основі токенів були прозорими. До того ж, не всі громадяни мають технічні засоби для участі в електронному урядуванні та використання токенів управління. Враховуючи ці проблеми, ефективно впровадження токенів управління в електронне урядування вимагає ретельного розгляду й вирішення цих питань для забезпечення справедливого, демократичного і надійного процесу управління.

Цифрова трансформація процесів управління є ключовим аспектом порядку денного модернізації, а ініціативи електронного урядування спрямовані на підвищення ефективності, прозорості та залучення громадян. У цій статті досліджується нова концепція управлінських токенів та їхня роль у революційній зміні способів управління ресурсами, прийняття рішень та взаємодії зі стейкхолдерами в державних установах.

Мета статті полягає у розгляді та аналізі важливості впровадження токенів управління в концепті електронного урядування. Необхідно визначити як токени управління можуть змінити сучасні системи управління, покращити демократію й забезпечити більшу участь громадян у урядуванні. Основною метою є висвітлення переваг і викликів, пов'язаних з цією інноваційною концепцією та розгляд можливих шляхів впровадження токенів управління для покращення процесів управління в сучасному світі.

Завдання цієї статті полягає у дослідженні ключових аспектів, визначенні сильних та слабких сторін, можливостей та загроз, пов'язаних з використанням токенів управління в контексті електронного урядування.

Об'єкт дослідження – електронне урядування.

Предметом дослідження є використання токенів управління в контексті електронного урядування.

Огляд літератури. Ця тема надзвичайно актуальна і тому на неї вже було опубліковано велику кількість досліджень, які розглядають технологію блокчейну з різних ракурсів. Зокрема, Є. Котух акцентує увагу на електронному урядуванні як на новому підході до публічного управління, оскільки його вплив не обмежується лише радикальним перетворенням та переосмисленням взаємодії між владними структурами та іншими учасниками громадського життя. Він також вводить новий спосіб координації, планування, формулювання та реалізації рішень у сфері публічного управління. (Котух, 2020). Г. Решетова проводить дослідження щодо використання електронних технологій у державному управлінні в країнах Європейського Союзу, досліджують базу даних електронного урядування в європейських країнах (Решетова, 2023). Т. Шестаковська зазначає, що електронне урядування, відкриті дані, штучний інтелект, аналітика даних, електронна ідентифікація, блокчейн та соціальні медіа визначають стратегічні напрямки розвитку цифрових технологій у сфері публічного управління. Авторка наголошує, що ключовим завданням є забезпечення всебічного доступу до цифрових технологій та уваги до потреб тих, хто має обмежений доступ або недостатні навички для їх використання. (Шестаковська, 2023). О. Терлюк обґрунтовує, що блокчейн, завдяки своїм характеристикам, зокрема стійкості до змін та децентралізації, може відігравати ключову роль у стимулюванні участі громади у підтримці та перевірці транзакцій в мережі блокчейн. Це сприяє створенню децентралізованої структури цієї мережі, яка, в свою чергу, перетворює будь-яке публічне управління у прозорий та ефективний механізм управління з відкритим доступом до даних (Терлюк, 2022).

У дослідженні А. Андрієнко й Т. Маматової розглядається підхід до використання технології блокчейн у керуванні розвитком міста в рамках концепції «розумне місто». Зазначено, що ця концепція включає в себе різноманітні аспекти модернізації ключових напрямів розвитку міста, починаючи з базового інфраструктурного рівня (комунальна інфраструктура, міські дороги і транспорт, міське будівництво) та завершуючи додатковими компонентами (державно-приватне партнерство, надання якісних публічних послуг, соціально відповідальний бізнес, циркулярна економіка та свідомі громадяни). А. Андрієнко і Т. Маматова дійшли до висновку, що цей

комплекс заходів дозволяє інтегрувати технології у всі сфери «розумного» управління розвитком міського середовища для задоволення потреб громадян у якісному, безпечному та продуктивному просторі для життя та роботи. Як ефективне рішення для такого інтегрованого підходу виокремлено технологію блокчейн, що розглядається науковцями як еволюційний вибір управлінської системи, здатний допомогти містам подолати численні проблеми, пов'язані з інтеграцією інфраструктурних елементів та покращенням технологічного, соціального та фінансового середовища (Андрієнко & Маматова, 2021).

С. Васишин та І. Опірський зазначають, що у майбутньому, коли блокчейн стане доступнішим не тільки для оперування криптовалютами й для використання їх у внутрішніх системах він буде здатний запропонувати новий стандарт у захисті інформаційних систем і стати одним з найпотужніших на ринку в силу своєї міцної системи захисту. Таким чином, автори пропонують систему безпеки урядових, приватних та бізнес секторів побудованих з використанням цієї технології (Васишин & Опірський, 2022).

Серед зарубіжних досліджень цієї теми, варто зазначити праці М. Дотан та А. Яіш, у яких демонструється, що токени управління часто використовуються не за призначенням і можуть бути шкідливими для безпеки DeFi-платформ. Автори зауважують, що, користувачі часто не використовують токени управління для голосування. Крім того, голосування є дуже централізованим (Dotan & Yaish, 2023).

Результати дослідження Г. Шунвінкель показують, що поточна практика обліку всіх tokenів власного врядування як активів у казначействі не забезпечує достовірного представлення, оскільки багато tokenів власного врядування можуть не відповідати визначенню активу, а деякі з них можуть оцінюватися за собівартістю, а не за ринковою вартістю. Як наслідок, казначейства DAO суттєво завищені, а інвестори можуть покладатися на оманливу інформацію (Schoonwinkel, 2023).

І. Ход, Н. Тріхакіс та С. А. Янг визначають два канали, за допомогою яких токенизація на основі блокчейну може зменшити моральні ризики між засновниками, інвесторами та користувачами платформи, а саме: фінансування tokenів та децентралізоване управління (Chod, Trichakis, & Yang, 2019).

Методологія дослідження. Дослідження tokenів управління в концепції електронного урядування передбачає багатовимірний підхід, що враховує як технологічні, так і управлінські аспекти, зокрема використання SWOT-аналізу як методології вивчення управлінських tokenів в концепції електронного урядування для визначення внутрішніх

сильних і слабких сторін, а також зовнішніх можливостей і загроз, пов'язаних з впровадженням цих tokenів.

Основні результати дослідження. Криптовалюта в сучасному світі виконує важливу роль, яка постійно зростає у своєму значенні. Вона впливає на різні сфери життя, включаючи фінанси, технології, економіку та соціальну дійсність. Криптовалюта – це цифрова валюта, заснована на блокчейн-технології, яка дозволяє проводити peer-to-peer (P2P) транзакції. Криптовалюта є цифровим активом, що використовує криптографію для забезпечення безпеки й контролю транзакцій. Вона представляє собою інноваційну форму грошей, яка дозволяє людям обмінюватися цінностями через інтернет без потреби в посередниках (таких як банки чи фінансові установи). Криптовалюти використовують технологію блокчейн для зберігання і підтвердження транзакцій, забезпечуючи при цьому децентралізований й безпечний спосіб обміну вартості (Архірейська & Кучкова, 2019, с. 407). Ця технологія стала основою для створення багатьох різних криптовалют, кожна з яких має свої особливості і застосування. Від Bitcoin, який став першою і найбільш відомою криптовалютою, до Ethereum, який відкрив нові можливості для створення децентралізованих додатків і смарт-контрактів, криптовалюти продовжують привертати увагу як інвесторів, так і тих, хто цікавиться новими технологіями й фінансовими інноваціями.

Вагоме місце у криптоіндустрії займають токени управління. Токени управління – це основний метод реалізації децентралізованого управління в проектах DAO, DeFi та децентралізованих додатків (DApp). Вони часто нагороджують активних користувачів за їхню лояльність та внесок у спільноту, вони є формою криптовалюти, яка надає власникам можливість впливати на прийняття рішень, управління, розробку й екосистему певного блокчейн-проекту чи децентралізованої платформи. Ці токени відіграють ключову роль у внутрішньому управлінні групою або спільнотою користувачів, які використовують конкретний протокол чи платформу.

Основні аспекти tokenів управління включають:

1. Власники tokenів управління голосують за різні пропозиції і зміни в протоколі. Це включає в себе рішення про зміну протоколу, розподіл фондів, внесення покращень і т. д.
2. Деякі проекти розподіляють частину свого прибутку серед власників tokenів управління, забезпечуючи їм фінансову мотивацію для активної участі у розвитку проекту.
3. Токени управління сприяють децентралізації розвитку проекту, оскільки рішення приймаються голосуванням спільноти, а не

централізованою організацією.

4. Вони стимулюють розвиток нових продуктів і послуг, які підтримують дану екосистему та сприяють інноваціям у блокчейн-просторі (Кучковський, 2021, с. 30-33).

Таксономія токенив управління може бути класифікована на основі їх функцій і ролей в контексті електронного урядування. Наведемо основні типи:

- токени голосування: представляють право голосу для громадян, дозволяючи їм брати участь у процесах цифрового голосування для прийняття рішень щодо державної політики, урядових проєктів або інших суспільних питань;

- токени пропозицій: надають право пропонувати ініціативи або зміни до політики; громадяни можуть подавати пропозиції в електронному вигляді, а інші можуть голосувати за те, чи повинні ці пропозиції бути розглянуті урядом;

- ідентифікаційні токени: можуть бути пов'язані з перевіреними цифровими ідентичностями, що гарантує, що лише відповідні та автентифіковані особи можуть брати участь у процесі управління;

- токени зацікавлених сторін: можуть представляти зацікавлені сторони з певних галузей чи секторів, що дозволяє більш цілеспрямовано та спеціалізовано вносити вклад у вирішення питань, що стосуються цих груп;

- токени цифрового громадянства: можуть використовуватися для позначення цифрового громадянства, коли особи, які володіють цими токенами, визнаються активними учасниками процесів цифрового урядування і мають певні права та обов'язки;

- заохочувальні токени: можуть слугувати заохоченням для громадян до активної участі в діяльності в сфері електронного урядування, наприклад, голосування, надання відгуків чи участі в публічних обговореннях;

- токени зворотного зв'язку: можуть використовуватися для збору та представлення громадської думки з різних питань, що дозволяє урядам оцінити настрої населення;

- токени доступності: можуть розповсюджуватися, щоб забезпечити рівний доступ та представництво в процесах електронного урядування;

- токени смартконтрактів: можуть бути інтегровані в смартконтракти, які автоматично виконують певні управлінські дії на основі заздалегідь визначених умов, забезпечуючи ефективність та прозорість;

- токени прозорості: можуть слугувати прозорим записом управлінської діяльності, надаючи громадянам та зовнішнім аудиторам можливість перевіряти рішення та дії уряду;

- токени співпраці: можуть сприяти

співпраці між різними урядовими департаментами або агентствами, що дозволяє приймати більш інтегровані та узгоджені рішення;

- токени децентралізованих автономних організацій (DAO): можуть використовуватися для створення децентралізованих автономних організацій, де громади можуть колективно приймати рішення з конкретних питань управління без централізованого контролю (Kaal, 2020, с. 112).

Прикладами таких токенив управління є токени голосування у мережі Ethereum (ETH) або токени управління у DeFi протоколах, таких як Compound (COMP) чи Maker (MKR). Вони надають можливість голосувати за покращення і рішення, які впливають на роботу цих платформ.

Токени управління в контексті концепції електронного урядування відображають механізм, за допомогою якого громадяни або учасники урядування можуть виражати свою думку, голосувати за рішення, висувати ініціативи та приймати участь у процесах управління в онлайн-середовищі. Такий підхід часто використовується для забезпечення більшої прозорості, участі й демократії в управлінні суспільством. Громадяни або учасники мають можливість віртуально голосувати за різні питання, законопроекти, бюджетні плани тощо, використовуючи цифрові токени як свій голос. Всі голосування і рішення фіксуються у розподіленому реєстрі або блокчейні, що робить їх доступними для перевірки й аналізу громадськістю. Токени управління сприяють більшій участі громадян в політичних та управлінських процесах, оскільки зменшують бар'єри для вираження думки і голосування. Для забезпечення безпеки та унікальності голосів може використовуватися система цифрової ідентифікації для підтвердження особи голосуючого. Окрім того, використання криптографії та безпеки блокчейну забезпечує високий рівень захисту від шахрайства і маніпуляцій у голосуванні. Токени управління можуть бути реалізовані через різні технології, включаючи блокчейн, смартконтракти й інші цифрові рішення.

Блокчейн є децентралізованим, піддається аудиту та забезпечує розумне виконання транзакцій. Це розподілений реєстр, в якому дані безпечно і послідовно обмінюються через однорангову мережу. Технологія блокчейн наразі є однією з технологій, що найшвидше розвиваються, і є прийнятною для більшості застосувань. Блокчейн – це циркулюючий фреймворк, тобто між користувачами немає конкретних делегатів. Таким чином, виробники можуть керувати своїми клієнтами у простий спосіб. Довіра є вродженим сегментом цих зв'язків, оскільки необхідно бути впевненим у зацікавлених сторонах (Андрієнко & Маматова, 2021, с. 102).

Останнім часом блокчейн став трансформаційною технологією, здатною розвивати різні сфери. Як децентралізований, незмінний розподілений реєстр, технологія блокчейн є одним з останніх учасників всеосяжної ідеології «розумних міст». Зростання урбанізації та посилення участі громадян призвели до інтеграції різних технологій в наші сучасні міста. Для того, щоб міста стали «розумними», нам потрібні стандартні рамки і процедури для інтеграції технологій, громадян і влади.

Технологія блокчейн, як і в багатьох інших сферах, досліджується електронним урядуванням для сприяння трансформації державного управління та полегшення надання прозорих і безпечних державних послуг. Основна мета впровадження цього технологічного підходу – уникнути використання центрального органу для транзакцій громадян/бізнесу з державними органами, децентралізувати збір, зберігання та обробку даних, а також забезпечити їхню цілісність і незмінність. Однак використання технології блокчейн викликає багато занепокоєнь щодо конфіденційності, оскільки багато послуг електронного уряду пов'язані з персональними даними, які необхідно належним чином захищати, щоб блокчейн не став мішенню для зловмисників, які отримують несанкціонований доступ до даних громадян. Таким чином, запропоновані рішення повинні враховувати правові обмеження, такі як ті, що накладаються Загальним регламентом про захист даних (GDPR) (Загальний регламент про захист даних, 2016), і поважати приватність користувачів при публікації транзакцій в реєстрі, забезпечуючи при цьому необхідний санкціонований доступ для суб'єктів державного управління та інших зацікавлених сторін.

Токени управління та утилітарні токени є невід'ємною частиною світу блокчейну і відіграватимуть значну роль у майбутньому еко-

системи web3. Разом з тим, варто розуміти, чим токени управління та утилітарні токени відрізняються один від одного.

Розробка нових рішень і платформ на засадах децентралізації має в основі масові спільноти. Токенізація відкрила багато нових моделей для визначення структури організацій та підтвердження права власності. Спільноти, що лежать в основі нових рішень на основі блокчейну, складаються з людей з різних куточків світу з різними навичками та досвідом. Глобальні спільноти хочуть досліджувати і розвивати інноваційні ідеї, а також обмінюватися цінностями. У той же час, громади стикаються з проблемами, пов'язаними з координацією, прийняттям рішень і, що найважливіше, з токенами управління. Різниця між токенами управління та утилітарними токенами підкреслює першочергову роль токенів управління.

Токени управління, як випливає з назви, служать представниками прав голосу і власності в децентралізованих протоколах. Власники токенів управління мають повне право впливати на майбутній напрямок розвитку протоколу. Наприклад, токени управління можуть допомогти в представленні прав на голосування за бюджети витрат, нові партнерства або додавання нових функцій. Токени управління є невід'ємним компонентом для прийняття рішень в DAO або децентралізованих автономних організаціях, які не мають чітко визначеного керівництва.

Найбільш помітною відмінністю між токенами управління та утилітарними токенами є мета токенів. Токени управління представляють право голосу власника токена в певній спільноті, наприклад, в DAO. Утилітарні токени представляють права на ексклюзивні продукти, послуги або досвід у відповідній мережі (таблиця 1).

Таблиця 1. Відмінності між токенами управління й утилітарними токенами
Table 1. Differences between governance tokens and utility tokens

Критерії	Токени управління	Утилітарні токени
Визначення	Криптографічні токени призначені для надання права голосу управлінні децентралізованими спільнотами.	Криптографічні токени призначені для виконання спеціальних функцій в рамках блокчейн-додатків або криптографічних мереж програмувань.
Призначення	Надає привілеї в управлінні власникам.	Надає ексклюзивні права доступу власникам.
Очікувана цінність	Цінність токенів управління зростає зі збільшенням вартості проєктів.	Цінність утилітарних токенів не пов'язана з вартістю відповідного проєкту.
Безпекові ризики	Незмінний доказ права власності на токени управління знімає занепокоєння з приводу безпеки.	Зловмисники можуть створювати шахрайські ICO для потенційних шахрайств з утилітарними токенами.
Приклади	UNI (Uniswap)	BAT (Brave Browser)

Джерело: складено автором за даними (Agbo, 2023)

Вартість токенів управління безпосередньо залежить від проєктів, яким вони відповідають. З іншого боку, утилітарні токени не мають прямого відношення до оціночної вартості компанії на відповідний момент часу. Токени управління мають гарантію ексклюзивного права власності, і доказ права власності на токени управління важко скомпрометувати. З іншого боку, шахраї можуть створювати шахрайські ICO і придумувати утилітарні токени з єдиною метою – скомпрометувати активи користувача.

На сьогоднішній день яскравими прикладами використання таких технологій є Естонія, Сінгапур, Велика Британія та США. Естонія та деякі штати й місцеві уряди США використовують токени управління для аутентифікації користувачів та надання доступу до електронних послуг. Наприклад, токени управління використовуються для доступу до електронної пошти, порталу електронних послуг та системи електронних платежів (Решетова, 2023, с. 62). Сінгапур має ініціативу «Singapore Blockchain Challenge» в рамках якої досліджується використання блокчейн-технологій, включаючи токени управління, для покращення різних аспектів управління і громадської участі. Велика Британія впровадила програму цифрової ідентифікації, яка використовує токени управління для аутентифікації користувачів. Ця програма дозволяє користувачам отримувати доступ до широкого спектру електронних послуг, включаючи послуги соціального забезпечення, охорони здоров'я та освіти.

Використання токенів управління у концепті електронного врядування має численні переваги, які сприяють покращенню демократії та управління (таблиця 2). По-перше, токени управління надають громадянам зручний й дистанційний доступ до урядових про-

цесів. Це збільшує участь громадян, особливо тих, хто раніше був виключений через географічні обмеження чи фізичні перешкоди. По-друге, використання токенів управління робить процеси прийняття рішень більш демократичними і прозорими. Голоси та рішення реєструються в розподіленому реєстрі, доступному для публічного перевіряння. По-третє, токени управління дозволяють створювати децентралізовані системи, в яких рішення приймаються спільнотою користувачів, а не централізованими структурами. А це сприяє більшому розподілу влади та врахуванню інтересів різних груп. Також смарт-контракти, які використовуються разом з токенами управління, дозволяють автоматизувати процеси голосування і підрахунку результатів, зменшуючи адміністративні витрати й ризик помилок. Не менш важливо, що використання криптографії та безпеки блокчейну допомагає запобігти маніпуляціям і фальсифікації голосів, забезпечуючи надійність й чесність процесу голосування. Варто зазначити, що токени управління також дозволяють громадянам брати участь у міжнародних урядових процесах та співпраці, долаючи ряд обмежень. Ба більше, використання електронного голосування через токени дозволяє уникнути традиційних незручностей, пов'язаних із фізичною присутністю на виборах, що економить час і ресурси (Бондаренко, 2021). На додаток, токени можна використовувати для керування бюджетами та розподілу ресурсів, забезпечуючи більшу ефективність в управлінні публічними фінансами. Загалом, використання токенів управління сприяє розвитку більш демократичних, прозорих й ефективних систем електронного врядування, що забезпечує більш активну участь громадян та покращення управління державними ресурсами.

Таблиця 2. SWOT-аналіз використання токенів управління у концепті електронного врядування
Table 2. SWOT analysis of the use of governance tokens in the e-governance concept

Сильні сторони 1	Слабкі сторони 2
<p>Децентралізоване прийняття рішень: токени управління дозволяють децентралізувати процес прийняття рішень, надаючи зацікавленим сторонам можливість безпосередньо впливати на управління платформами електронного врядування. Це може підвищити прозорість і зменшити концентрацію влади.</p> <p>Стимулювання участі: власники токенів часто заохочуються до активної участі в процесах управління за допомогою винагород або права голосу. Це може сприяти залученню та продуманому прийняттю рішень.</p> <p>Незмінність і прозорість: транзакції та рішення на блокчейні часто є незмінними і прозорими. Така прозорість може підвищити довіру до процесу електронного врядування, оскільки зацікавлені сторони можуть перевірити дії на блокчейні.</p>	<p>Технічні бар'єри: розуміння та участь у системах управління на основі блокчейну може вимагати технічних знань, що створює бар'єр для деяких зацікавлених сторін, особливо для тих, хто менш знайомий з технологією блокчейн.</p> <p>Вразливість до маніпуляцій: залежно від розподілу токенів, існує ризик концентрації голосів, що може призвести до маніпуляцій в управлінні. Великі власники токенів можуть непропорційно впливати на рішення.</p> <p>Волатильність: вартість токенів управління може бути волатильною, що вносить невизначеність у процес прийняття рішень. Ця нестабільність може вплинути на сприйняття цінності голосування або участі в процесах управління.</p>

Продовження таблиці 2 / Continuation of Table 2

1	2
Можливості	Загрози
<p>Інновації та експерименти: системи електронного урядування, що використовують токени управління, можуть експериментувати з інноваційними підходами до прийняття рішень та структур управління. Це дозволяє постійно вдосконалюватися та адаптуватися до мінливих потреб.</p> <p>Глобальна участь: блокчейн уможливає глобальну участь, дозволяючи зацікавленим сторонам з різних куточків світу долучитися до процесів електронного урядування. Така інклюзивність може привнести різноманітні перспективи в процес прийняття рішень.</p> <p>Підвищення ефективності: токени управління можуть впорядкувати процеси прийняття рішень, надаючи механізм для швидкого та ефективного голосування за пропозиції, зменшуючи бюрократію та затримки.</p>	<p>Регуляторна невизначеність: регуляторне середовище, що оточує токени управління та технологію блокчейн, все ще розвивається. Невизначеність або обмежувальні норми можуть становити загрозу широкому впровадженню токенів управління в електронному уряді.</p> <p>Занепокоєння щодо безпеки: мережі блокчейн не захищені від загроз безпеці. Вразливості смарт-контрактів, атаки 51% або інші порушення безпеки можуть підірвати цілісність системи електронного урядування.</p> <p>Опір змінам: Зацікавлені сторони, особливо в традиційних урядових структурах, можуть чинити опір переходу до децентралізованих моделей управління. Подолання опору змінам може бути значним викликом.</p>

Джерело: складено автором за даними (Vieira Fernandes, 2019)

Використання токенів управління у концепті електронного урядування, хоча і має численні переваги, але також супроводжується низкою недоліків та викликів. По-перше, токени управління потребують високого рівня кібербезпеки. Якщо система порушиться або ж стане жертвою кібератаки – це призведе до втрати конфіденційної інформації й порушення безпеки голосів громадян. По-друге, далеко не всі громадяни мають доступ до цифрових технологій і токенів управління через фінансові, технічні або географічні обмеження, що призведе до виникнення нерівності та виключеності. По-третє, як і будь-яка електронна система, система на основі токенів управління піддається ризику маніпуляцій та зловживань, зокрема через створення псевдонімів або фальшивих голосів. Системи, які використовують токени управління, можуть виявитися неефективними або неспроможними масштабуватися до великої кількості учасників або об'єктів управління (Думчиков & Шевцов, 2021 с. 267-271). Доречно зауважити, що технічні проблеми в роботі блокчейну можуть призвести до перебоїв у голосуванні і втрати результатів. Зазначені недоліки важливо враховувати й розробляти стратегії для їх вирішення при впровадженні токенів управління в електронне урядування для забезпечення справедливого, ефективного і безпечного процесу управління.

Висновки. Отже, дослідження токенів управління в контексті електронного урядування відкриває трансформаційний ландшафт з глибокими наслідками для майбутнього цифрового урядування. Токени управління мають потенціал для революції в процесах прийняття рішень в рамках електронного урядування шляхом запровадження децентралізації. Це може призвести до підвищення прозорості, зменшення бюрократії та підвищення ефективності роботи уряду.

Використання токенів управління запроваджує новий підхід до стимулювання участі

зацікавлених сторін у процесах управління. Системи на основі токенів можуть залучати громадян, заохочуючи їх до активної участі у прийнятті рішень і сприяючи формуванню почуття причетності до державних справ. Технологія блокчейн, що лежить в основі токенів управління, забезпечує безпечну та прозору основу. Його незмінна природа забезпечує цілісність процесів управління, зменшуючи занепокоєння, пов'язані з шахрайством або маніпуляціями.

Токени управління є інноваційним та перспективним інструментом у концепції електронного урядування, проте вони також супроводжуються низкою викликів і ризиків. З одного боку, використання токенів управління може покращити демократію, забезпечити більшу участь громадян, зробити процеси управління більш прозорими й ефективними. Токени управління дозволяють створювати децентралізовані організації, голосувати на блокчейні та розподіляти ресурси з використанням смарт-контрактів, а з іншого боку, важливо враховувати проблеми, такі як кібербезпека, приватність даних, конфлікти інтересів, можливість маніпуляції і низьку доступність для всіх громадян. Потрібно ретельно працювати над розробкою й впровадженням систем, щоб забезпечити їх надійність та справедливість. В цілому, токени управління представляють собою цікавий інструмент для покращення електронного урядування, але їхнє використання вимагає ретельного планування, розробки й регулювання, аби забезпечити їх успішне впровадження й надати користь для суспільства.

Токени управління уможливають глобальну співпрацю в процесах електронного урядування. Це відкриває можливості для міжнародної співпраці, обміну знаннями та розробки інноваційних моделей урядування, які виходять за межі географічних кордонів. Автоматизація та підвищення ефективності завдяки токенам урядування, зокрема, за-

вдяки смарт-контрактам, можуть спростити адміністративні процеси. Це може скоротити час і витрати, пов'язані з традиційними механізмами управління. Вивчення реальних застосувань і тематичних досліджень має важливе значення для розуміння практичних наслідків використання токенів управління. Ці приклади дають уявлення про успішні впровадження, виклики, з якими стикаються, та отримані уроки.

Таким чином, інтеграція токенів управ-

ління в електронне урядування є багатообіцяючим шляхом для інновацій, який може змінити динаміку структур управління. Однак для того, щоб скористатися всіма перевагами цього трансформаційного підходу до цифрового урядування, необхідно приділяти пильну увагу технологічним, регуляторним і соціальним аспектам. Шлях до токенизованого урядування вимагає співпраці, адаптивності та відданості принципам прозорості, інклюзивності та ефективності в державному управлінні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрієнко А., Маматова Т. Технологія блокчейн як драйвер розвитку концепції розумного міста. *Грааль науки*. 2021. № 2-3. С. 101–106. DOI: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.02.04.2021.018>
2. Архирейська Н., Кучкова О. Механізм функціонування криптовалюти. *Бізнес Інформ*. 2019. № 2. С. 407–413. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-2-407-413>
3. Бондаренко О. Запровадження технології блокчейн у державному секторі. *Протокол*. 2021. URL: <https://bit.ly/3IFNCSET> (дата звернення: 12.10.2023).
4. Бондаренко О. Концепт адміністративного забезпечення віртуальних активів в Україні. *KELM (Knowledge Education Law Management)*. 2023. № 1. С. 199–205. DOI: <https://doi.org/10.51647/kelm.2023.1.30>
5. Василюшин С., Опіський І. Розробка безпеки систем електронного урядування на основі блокчейну. *Ukrainian Information Security Research Journal*. 2022. Т. 24, № 2. С. 58–70. DOI: <https://doi.org/10.18372/2410-7840.24.16931>
6. Думчиков М., Шевцов Я. Перспектива застосування технології «блокчейн» в контексті формування і розвитку держави. *Молодий вчений*. 2021. № 3 (91). С. 267–271. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-3-91-56>
7. Загальний регламент про захист даних. *GDPR Text, Translation and Commentary*. 2016. URL: <https://gdpr-text.com/uk/> (дата звернення: 12.10.2023).
8. Клімушин П. С., Спасібов Д. В. Механізми електронного урядування в інформаційному суспільстві : моногр. Харків : Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2017. 116 с.
9. Котух Є. В. Електронне урядування як нова парадигма публічного управління. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 3. С. 122–127. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2020.3.122>
10. Кучковський В. Алгоритми консенсуса блокчейн-систем. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 3. С. 30–33. DOI: <https://www.doi.org/10.31891/2307-5732-2021-297-3-30-33>
11. Решетова Г. Європейський досвід запровадження електронного урядування. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*. 2023. № 23(1). С. 61–67. DOI: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2023-1/23-06>
12. Терлюк О. Технологія Blockchain у контексті можливостей цифровізації ефективного публічного адміністрування. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: «Юридичні науки». 2022. № 1(33). С.121–128. DOI: <http://doi.org/10.23939/law2022.33.121>
13. Шестаковська Т. А. Аналіз тенденцій та викликів впливу цифрових технологій на публічне управління. *Economic Synergy*. 2023. № 2. С. 8–22. DOI: <https://doi.org/10.53920/es-2023-2-1>
14. Agbo J. What are Governance Tokens and Why Do They Matter? *CoinGecko*. 2023. DOI: <http://surl.li/mbrmc>
15. Chod J., Trichakis N., Yang S. A. Platform Tokenization: Financing, Governance, and Moral Hazard. *Management Science*. 2019. Vol. 68(9). Pp. 6411–6433. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3459794>
16. Dotan M., Yaish A. The Vulnerable Nature of Decentralized Governance in DeFi. *Cryptography and Security*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2308.04267>
17. Fan S., Min T., Wu X. et al. Towards understanding governance tokens in liquidity mining: a case study of decentralized exchanges. *World Wide Web*. 2023. Vol. 26. P. 1181–1200. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11280-022-01077-4>
18. Kaal W. A. Decentralized Corporate Governance via Blockchain Technology. *Annals of Corporate Governance*. 2020. Vol. 5. № 2. P. 101–147. DOI: <https://doi.org/10.1561/109.00000025>
19. Schoonwinkel H. Towards Fair Presentation of DAO Treasuries: An Evaluation of Native Governance Token Reporting Practices. *The Journal of The British Blockchain Association*. 2023. Vol. 6. № 2. P. 1–8. DOI: [https://doi.org/10.31585/jbba-6-2-\(3\)2023](https://doi.org/10.31585/jbba-6-2-(3)2023)
20. Vieira Fernandes D. Tokens, «Smart Contracts» and System Governance. *SSRN Electronic Journal*. 2019. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3492274>

Стаття надійшла до редакції 19.10.2023 р.

Стаття рекомендована до друку 21.11.2023 р.

Oleksii Dotsenko*, Lecturer

dotsenko@karazin.ua

<https://orcid.org/0000-0002-2028-1810>

Marko Zelenskyi*, Student

marko.zelenskyi@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0001-9751-366X>

* V.N. Karazin Kharkiv National University, 4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine

GOVERNANCE TOKENS IN THE CONCEPT OF ELECTRONIC GOVERNMENT

Abstract. The purpose of writing the article is to evaluate the effectiveness of the use of governance tokens in the concept of electronic governance. We have found that traditional approaches

to resource allocation and decision-making in the field of e-government often face a number of challenges, such as bureaucratic difficulties, lack of transparency in processes, and limited means of stimulating active participation from stakeholders. Governance tokens are defined as a form of cryptocurrency that gives holders the ability to influence the decision-making, management, development, and ecosystem of a particular blockchain project or decentralized platform. The study described the main aspects of governance tokens. We revealed the essence of governance tokens in the context of electronic governance. Also, we have found that governance tokens can be implemented through various technologies, including blockchain, smart contracts, and other digital solutions. The study turned out that blockchain has recently become a transformative technology, one of the latest participants in the comprehensive ideology of «smart cities». We emphasized that the use of blockchain technology raises significant privacy concerns, as many e-government services involve personal data that must be properly protected to avoid situations where the blockchain could become the target of attacks by attackers trying to obtain unauthorized access to the personal information of citizens.

The study presented modern examples of the use of governance tokens in the world. A SWOT analysis was conducted to identify the advantages and disadvantages of using governance tokens in the concept of electronic governance. The study established that the use of governance tokens in e-governance has its advantages, such as decentralization of decisions and encouraging participation, but also its challenges, such as technical barriers and the risk of vulnerability to manipulation. We noted that when implementing this approach, it is important to carefully balance the benefits and risks to ensure effective and sustainable e-government.

Keywords: **Cryptocurrency, Technology, Governance Tokens, Electronic Governance, Blockchain.**

JEL Classification: H10; M 10; O14; O20.

REFERENCES

1. Andrienko, A., & Mamatova, T. (2021). Blockchain technology as a driver of the smart city concept development. *The Grail of Science*, 2-3, 101–106. doi: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.02.04.2021.018> (in Ukrainian)
2. Archireyskaya, N., & Kuchkova, O. (2019). Mechanism of cryptocurrency functioning. *Business Inform*, 2, 407–413. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-2-407-413> (in Ukrainian)
3. Bondarenko, O. (2021). Introduction of blockchain technology in the public sector. *Protocol*. Retrieved from <https://bit.ly/3lFNCET> (in Ukrainian)
4. Bondarenko, O. (2023). Concept of virtual assets administrative support in Ukraine. *KELM (Knowledge Education Law Management)*, 1, 199–205. doi: <https://doi.org/10.51647/kelm.2023.1.30> (in Ukrainian)
5. Vasylyshyn, S., & Opirskiy, I. (2022). Development of e-government systems security based on blockchain. *Ukrainian Information Security Research Journal*, 2, 58–70. doi: <https://doi.org/10.18372/2410-7840.24.16931> (in Ukrainian)
6. Dumchikov, M., & Shevtsov, Y. (2021). Prospects for the use of blockchain technology in the context of the formation and development of the state. *Young scientist*, 3 (91), 267–271. doi: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-3-91-56> (in Ukrainian)
7. General Data Protection Regulation. (2016). *GDPR Text, Translation and Commentary*. Retrieved from <https://gdpr-text.com/uk/> (in Ukrainian)
8. Klimushyn, P. S., & Spasibov, D. V. (2017). Mechanisms of e-government in the information society: monograph. Kharkiv: Harri NAPA «Master» Publishing House. (in Ukrainian)
9. Kotukh, E. V. (2020). E-governance as a new paradigm of public administration. *Investments: practice and experience*, 3, 122–127. doi: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2020.3.122> (in Ukrainian)
10. Kuchkovskiy, V. (2021). Consensus algorithms of blockchain systems. *Bulletin of Khmelnytsky National University*, 3, 30–33. doi: <https://www.doi.org/10.31891/2307-5732-2021-297-3-30-33> (in Ukrainian)
11. Reshetova, G. (2023). European experience of e-government implementation. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*, 23(1), 61–67. doi: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2023-1/23-06> (in Ukrainian)
12. Terliuk, O. (2022). Blockchain technology in the context of opportunities for effective public administration digitalization. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Series: «Legal Sciences»*, 1(33), 121–128. doi: <http://doi.org/10.23939/law2022.33.121> (in Ukrainian)
13. Shestakovska, T. L. (2023). Analysis of trends and challenges of the impact of digital technologies on public administration. *Economic Synergy*, 2, 8–22. doi: <https://doi.org/10.53920/es-2023-2-1> (in Ukrainian)
14. Agbo, J. (2023). What are Governance Tokens and Why Do They Matter? *CoinGecko*. doi: <http://surl.li/mbrmc>
15. Chod, J., Trichakis, N., & Yang, S. A. (2019). Platform Tokenization: Financing, Governance, and Moral Hazard. *Management Science*, 68(9), 6411–6433. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3459794>
16. Dotan, M., & Yaish, A. (2023). The Vulnerable Nature of Decentralized Governance in DeFi. *Cryptography and Security*. doi: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2308.04267>
17. Fan, S., Min, T., Wu, X. *et al.* (2023). Towards understanding governance tokens in liquidity mining: a case study of decentralized exchanges. *World Wide Web*, 26, 1181–1200. doi: <https://doi.org/10.1007/s11280-022-01077-4>
18. Kaal, W. A. (2020). Decentralized Corporate Governance via Blockchain Technology. *Annals of Corporate Governance*, 5, 101–147. doi: <https://doi.org/10.1561/109.00000025>
19. Schoonwinkel, H. (2023). Towards Fair Presentation of DAO Treasuries: An Evaluation of Native Governance Token Reporting Practices. *The Journal of The British Blockchain Association*, 2, 1–8. doi: [https://doi.org/10.31585/jbba-6-2-\(3\)2023](https://doi.org/10.31585/jbba-6-2-(3)2023)
20. Vieira Fernandes, D. (2019). Tokens, «Smart Contracts» and System Governance. *SSRN Electronic Journal*. doi: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3492274>

The article was received by the editors 19.10.2023.

The article is recommended for printing 21.11.2023.

<https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-14>
УДК 339.138:339.92

Віктор Іванович Рожко*

кандидат економічних наук, доцент
rvrozko78@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0153-6280>

Даріна Юрійвна Татарко*

студентка
darina.tatarako@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0001-0012-2847>

* Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна

СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

У статті розглядаються актуальні питання про те, як підприємства в Україні можуть вийти на міжнародні ринки, а також методи, які вони можуть використовувати для успішного виходу. Світові ринки приносять великі виклики, але також відкривають нові можливості в контексті глобалізації та конкурентного середовища.

У цій статті розглядаються різні підходи для виходу на зовнішні ринки, такі як експорт, інвестиції в інші країни, франчайзинг, альянси та інші. Розглядаються як переваги, так і недоліки кожної з цих методів. Крім того, надаються поради щодо того, як вибрати та використовувати ці методи.

Увага приділяється аналізу можливих ризиків і проблем, з якими можуть зіткнутися українські підприємства під час виходу на зовнішні ринки, і надається інформація про те, як їх мінімізувати.

Керівникам і власникам українських підприємств, які розглядають можливість вийти за межі своєї країни та шукають способи успішно вийти на зовнішні ринки, ця стаття буде корисною.

У цій статті описуються різні типи експорту, включаючи прямий і непрямий експорт, і розглядаються логістичні та регуляторні аспекти, якими повинні керувати українські компанії. Він наголошує на важливості дослідження ринку та відповідності продуктів і послуг міжнародним стандартам.

У статті досліджуються коопераційні стратегії франчайзингу та формування альянсів. У ньому розглядається роль партнерства та франчайзингових угод у зниженні ризиків і використанні сильних сторін місцевих партнерів.

Досліджуються культурні нюанси та стратегії адаптації до ринку, щоб допомогти українським підприємствам пристосувати свої продукти, послуги та маркетингові підходи до культурних уподобань та очікувань цільових міжнародних ринків.

Критичний аспект статті зосереджений на ідентифікації та аналізі потенційних ризиків, пов'язаних з виходом на міжнародний ринок. Він забезпечує основу для зменшення ризиків, наголошуючи на важливості належної обачності, дотримання законодавства та проактивного підходу до вирішення проблем.

Ключові слова: **експортна стратегія, міжнародна експансія, міжнародна торгівля, маркетинг на зовнішніх ринках, глобалізація підприємств, міжнародна конкуренція, іноземні ринки збуту, торговельні партнери.**

JEL Classification: M31; M3; L2.

Як цитувати: Татарко, Д. Ю., & Рожко, В. І. (2023). Стратегії виходу на зовнішні ринки вітчизняними підприємствами. *Соціальна економіка*, 66, 150-158. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-14>

In cites: Tatarko, D., & Rozhko, V. (2023). Main trends and perspectives of the development of the regulatory landscape of responsible investment in the world. *Social Economics*, 66, 150-158. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-66-14> (In Ukrainian)

Вступ. У сучасному світі для українських компаній надзвичайно важливо розробити стратегію виходу на зовнішні ринки. Компанії повинні виходити за межі внутрішнього ринку та розглядати можливості розвитку за кордоном через глобалізацію економіки, широкий доступ до міжнародних ринків і конкуренцію. З багатою промисловою базою та ресурсним потенціалом Україна має чудові можливості для продуктивного співробітництва з міжнародними партнерами та відкриття нових ринків.

У статті розглядаються різні підходи, які українські компанії можуть використовувати для проникнення на зовнішні ринки. Вивчаються інструменти та методи, щоб допомогти компаніям максимізувати свій бізнес-потенціал і конкурувати на міжнародній арені.

Компанії можуть зіткнутися з новими можливостями та новими ризиками, коли починають працювати за кордоном. Але українські компанії можуть стати успішними гравцями на світовому ринку, маючи правильну стратегію та відповідні знання. Давайте розглянемо ключові елементи та поради, які допоможуть вам впоратися з цим захопливим завданням – виходом на зовнішні ринки.

Мета статті полягає в аналізі та систематизації інформації щодо стратегій, які вітчизняні підприємства можуть використовувати для успішного виходу на зовнішні ринки.

Предмет дослідження – це аналіз різних видів міжнародних стратегій (експорт, франчайзинг, спільне підприємство, прямі інвестиції тощо).

Об'єкт дослідження – це міжнародні стратегії розвитку підприємств.

Огляд літератури. В. В. Ащанулов досліджує аспекти виходу на міжнародні ринки з точки зору стратегічного менеджменту. В одному зі своїх останніх досліджень В. В. Ащанулов представляє ідеї щодо активного використання цифрових технологій у стратегічному управлінні компаніями на міжнародних ринках. Його дослідницька увага зосереджена на визначенні оптимальних стратегій для різних типів компаній з урахуванням глобальних факторів впливу (Ащанулов, 2020). А. Ліпич розглядає важливість адаптації маркетингових стратегій до культурних відмінностей різних країн. Його дослідження вказують на те, що успішна експансія на зовнішні ринки вимагає уважного врахування та реакції на культурні особливості споживачів. Порівняно з іншими дослідниками, А. Г. Ліпич акцентує увагу на практичних аспектах впровадження стратегій на зовнішніх ринках та їх вплив на споживачів (Ліпич, 2007). А. О. Денерт зосереджений на фінансовому та економічному плануванні. Вчений аналізує проблематику ризиків, пов'язаних з міжнародною діяльністю підприємств. Його роботи надають

практичні підходи до управління ризиками на зовнішніх ринках, а також розглядають вплив глобальних подій на фінансовий стан компаній (Денерт, 2020). Ю. В. Чала оцінює вплив нових технологій на міжнародну рекламу та дослідить можливості їх використання для покращення спілкування з аудиторією в усьому світі. (Чала, 2014). Дослідження А. Блейер та М. Айзенбайс показує на те, що ефективність персоналізованої реклами значно залежить від контексту, в якому вона показується. Час, місце та зміст грають ключову роль у визначенні успіху рекламної кампанії (Bleier & Eisenbeiss, 2015). Ф. Котлер актуалізує свій погляд на маркетинг, враховуючи вплив цифрових технологій на стратегії маркетингу та взаємодію з аудиторією. (Котлер, 2020). Стаття "Розгадка парадоксу персоналізації" Е. Агірре, Д. Мар, Д. Гревал, К. де Руйтер і М. Ветзелс розглядає важливі аспекти персоналізації в онлайн-рекламі, зосереджуючись на впливі стратегій збору інформації та інсталяції довіри на ефективність рекламних запитів (Agirre, Mar, Grewal, de Ruyter, & Vetlesen, 2015).

Перед написанням статті на тему стратегій виходу на зовнішні ринки для вітчизняних компаній важливо провести аналіз поточного дослідження та літератури, що стосується цієї теми. Основна мета аналізу полягає в тому, щоб визначити поточний рівень інформації та знань щодо виходу українських компаній на міжнародні ринки.

Матеріал ґрунтується з дослідження літератури, пошук і аналіз відповідних наукових статей, книг, журналів, веб-сайтів та інших джерел, які містять інформацію про методи виходу компанії на зовнішні ринки.

На основі проведеного аналізу дослідження завдання статті полягає в описі та аналізі існуючих стратегій, які використовують українські компанії для виходу на міжнародні ринки.

Визначення ключових факторів успіху та ризиків: визначити елементи, які впливають на успіх виходу на зовнішні ринки, а також ризики, пов'язані з цим процесом.

Методологія дослідження. Вивчення актуальних публікацій, наукових досліджень та практичного досвіду, щоб з'ясувати погляди провідних вчених та експертів на стратегії виходу на зовнішні ринки. Дослідження та аналіз методів виходу на іноземні ринки, таких як експорт, інвестиції, франчайзинг, альянси, маркетинг і брендинг. Вивчення та аналіз можливих труднощів та ризиків, з якими стикаються підприємства при виході на міжнародні ринки, таких як фінансові обмеження, культурні відмінності, логістичні складнощі та інші. Розробка рекомендацій для українських компаній щодо вибору оптимальної стратегії виходу на зовнішні ринки,

враховуючи ресурси, цілі та особливості ринку.

Основні результати. Маркетинг є основою інформаційного середовища при виході на закордонні ринки Ф. Котлер визначає маркетингове середовище як сукупність факторів, які впливають на здатність компанії встановлювати та підтримувати відносини з цільовим ринком (Котлер, 2020).

Дуже важливим питанням у сучасній глобалізованій економіці є планування виходу вітчизняних підприємств на зовнішні ринки. Хоча міжнародна експансія призводить до значних викликів і ризиків, вона також відкриває нові можливості для розвитку бізнесу та збільшення обсягів продажів. Українські компанії повинні обирати стратегії розумно, адаптувати свій бізнес до місцевих умов і бути конкурентоспроможними на міжнародному рівні, щоб досягти успіху на зовнішніх ринках. В більшості країн бренди, які сприймаються як іноземні, мають ширше охоплення ринку та пов'язані з високоякісними та преміальними продуктами (Azzari, 2023), тому вихід на міжнародні ринки вітчизняними підприємствами є вигідним рішенням.

Вітчизняні підприємства можуть використовувати наступні ключові стратегії для виходу на зовнішні ринки.

При виборі експортного ринку порівнюється потенціал ринку (поточний і майбутній), вартість транспортування (за видами транспорту та можливими маршрутами), ступінь інтенсивності конкуренції; особливості регулювання імпорту в потенційних контрагентах (імпортні квоти, обмеження, тарифні ставки тощо), потреба, характер і ступінь персоналізації продукту, можливість налаштування сервісів (Наумов, 2016).

На насиченому ринку недостатньо розробити нові високоякісні продукти, встановити оптимальні ціни та вибрати ефективні канали збуту. Все більшого значення набувають такі складові маркетингового комплексу, як маркетингова комунікація. Вибір стратегії повинен базуватися на ретельному аналізі ринку, вимогах клієнтів і ресурсах компанії. Підприємства також повинні бути готові до багатьох труднощів, таких як культурні відмінності, правові проблеми та ризики валюти (Денерт, 2020). На рис. 1 продемонстровані засоби маркетингових комунікацій.

Загалом, успішне входження на зовнішні ринки можна досягти за допомогою ретельного планування та стратегічного підходу. Підприємства в Україні мають чудову можливість вийти за межі своєї країни та стати учасниками міжнародної арени, що сприятиме розвитку економіки та підвищенню конкурентоспроможності України на світовому ринку.

Також потрібно розуміти, що є інші стратегії для виходу на зовнішні ринки. Підприємства можуть використовувати спільне володіння, також відоме як спільний підприємець або спільний бізнес, як один із способів виходу на зовнішні ринки. Незважаючи на це, важливо розуміти, що вибір стратегії має бути обґрунтованим і враховувати специфічні умови кожного бізнесу. З цієї причини спільне володіння може бути неактуальним для деяких вітчизняних компаній: Потрібно розглянути специфіку галузі: спільне володіння може бути складним у деяких сферах, наприклад, у високотехнологічній або дослідницькій, через права власності та конфіденційність.

Таблиця 1. Актуальні стратегії для виходу на зовнішні ринки для вітчизняних підприємств
Table 1. Relevant Strategies for Ukrainian Enterprises to Enter Foreign Markets

Експорт	Експорт товарів чи послуг за межі країни є однією з найпоширеніших стратегій виходу на зовнішні ринки. Підприємства можуть використовувати ресурси та здібності, які вони мають, щоб розширити клієнтську базу на зовнішніх ринках завдяки цій стратегії.
Інвестиції та створення філіалів	Створення філіалів або підрозділів і інвестування капіталу в інші країни дозволяють компанії мати прямий контроль над своєю діяльністю на зовнішньому ринку.
Франчайзинг	За допомогою франчайзингу компанія може дозволити іншим компаніям використовувати свою бізнес-модель і торговельну марку. Це дозволяє зменшити ризики та швидко збільшити присутність на ринку.
Міжнародні альянси та партнерства	Створення альянсів або співпраця з місцевими компаніями дозволяє об'єднувати ресурси та знання для спільного розвитку на зовнішніх ринках.
Диверсифікація продуктів та послуг	Збільшення асортименту товарів або послуг може допомогти залучити нових клієнтів на міжнародних ринках і зменшити ризики залежності від одного ринку.
Маркетинг та брендинг	Вивчення та адаптація маркетингових стратегій до місцевих особливостей є важливою частиною успішного входження на іноземні ринки.

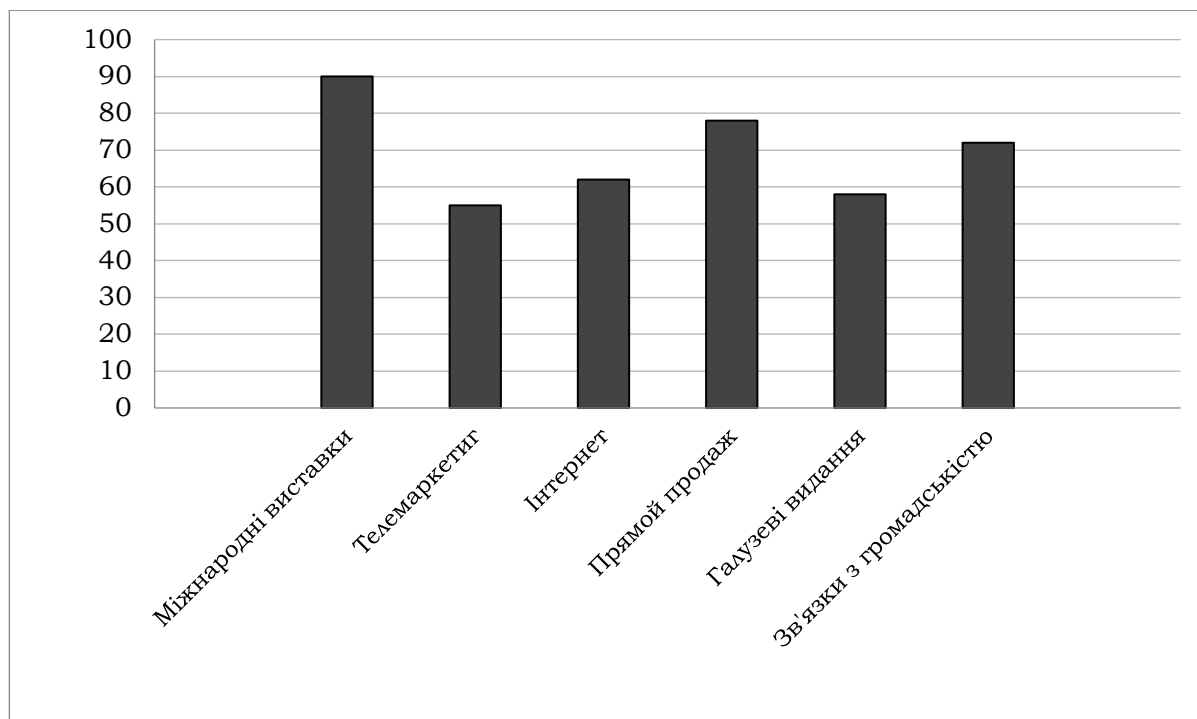


Рис. 1. Засоби маркетингових комунікацій

Fig. 1. Means of marketing communications

Джерело: побудовано авторами за даними (Денерт, 2020)

Деякі підприємства можуть не мати достатніх грошей для участі в спільному бізнесі або можуть не бажати ділити прибуток з іншими компаніями, іншими словами фінансові обмеження.

Для конкретної компанії інші стратегічні цілі, такі як експорт або інвестиції, можуть бути більш успішними та економічно вигідніше.

Також потрібно враховувати культурні відмінності, традиції, менталітет та проблеми управління.

Підприємства в Україні стикаються з кількома проблемами, які вони повинні враховувати та вирішувати, перш ніж вийти на зовнішні ринки. Деякі з найважливіших питань зазначені в табл. 2.

Таблиця 2. Проблемні аспекти для вітчизняних підприємств при виході на зовнішні ринки
Table 2. Challenges for Domestic Enterprises when Expanding into Foreign Markets

Фінансові обмеження	Багато компаній в Україні не мають достатніх фінансових ресурсів, необхідних для виходу на зовнішні ринки. Це включає в себе витрати на маркетинг, транспортування, відкриття філій за кордоном тощо.
Питання доступу до ринку	Торговельні бар'єри, митні обмеження, норми якості та інші правила можуть обмежувати доступ українських компаній до зовнішніх ринків.
Культурні та мовні відмінності	Щоб працювати з іноземними клієнтами, партнерами та споживачами потрібно знати про культурні та мовні відмінності.
Логістичні складнощі	Проблеми логістики та транспорту можуть зробити доставку товарів або послуг до віддалених областей або країн складною. Затримки доставки товарів через форс-мажори (війна, затори на кордонах та ін.)
Валютні ризики	Коливання обмінного курсу впливає на вартість експортованих товарів і послуг, що призводить до втрат.
Конкуренція	Компанії повинні ретельно вивчати конкурентну ситуацію на зовнішніх ринках, які часто є більш інтенсивними та різноманітними.
Правові аспекти	Закони та правила кожної країни відрізняються, а це впливає на бізнес-операції.
Законодавчі та податкові аспекти	Правила щодо оподаткування та податкових обов'язків різних країн впливають на експорт продукції.

Джерело: складено автором на основі (Чухрай, 2010)

На економічний стан нашої країни, а також на її зовнішньоекономічну діяльність, значно вплинула російсько-українська війна. В цьому році експортно-імпорتنі відносини України змінилися. R&D-центр YouControl порівняв дані Митниці минулого року з результатами десяти місяців 2022 року. Нове дослідження вивчає структуру зовнішньої торгівлі, джерела її динаміки та наслідки для економіки¹.

За останній рік експорт між Україною та іншими країнами явно змінився. Так, Польща отримала найбільший обсяг експорту з України за 10 місяців 2022 року – понад 5,6 млрд доларів, або 15,4%.

83% вітчизняних компаній шукають виходу на зовнішні ринки у 2023 році. В опитуванні взяли участь представники 72 компаній із різних галузей, а власники та топ-менеджери компаній дали відповіді на запитання. 51% компаній працюють лише з B2B, а 73% – на B2B.

За останні три роки штучний інтелект набув широкого визнання, ніж будь-коли раніше. 16% дослідників активно використовують штучний інтелект у своїх дослідженнях. Штучний інтелект підприємствами використовується часто для швидкого аналізу ринку.

В 2023 році більшість споживачів купують товари в онлайн сервісах. Вітчизняні підприємства, які займаються роздрібною торгівлею товарів повсякденного попиту, розглянути онлайн-шопінг (Bleier & Eisenbeiss, 2015). Багато методів електронного маркетингу було винайдено в контексті війни між роздрібними онлайн-магазинами, що розвиваються, і традиційними торговцями (Kalyanam & McIntyre, 2002).

За словами Бабіна, Дардена та Гріффіна (1994), купівельна вартість, що надається споживачам у роздрібній торгівлі, складається з двох категорій: утилітарної купівельної вартості та гедонічної купівельної вартості. Корисна цінність покупки часто є результатом усвідомленого досвіду покупки, пов'язаного з завданням. Це можна розглядати як результат більш цілеспрямованого, раціонального та не емоційного шопінгу. Навпаки, гедонічна цінність покупок є результатом більш спонтанних, ірраціональних та емоційних покупок.

Це може бути результатом підвищеного збудження, реалізації фантазії та ескапізму. Попередники утилітарних і гедонічних торгових цінностей демонструють свою важливість в онлайн-магазинах.

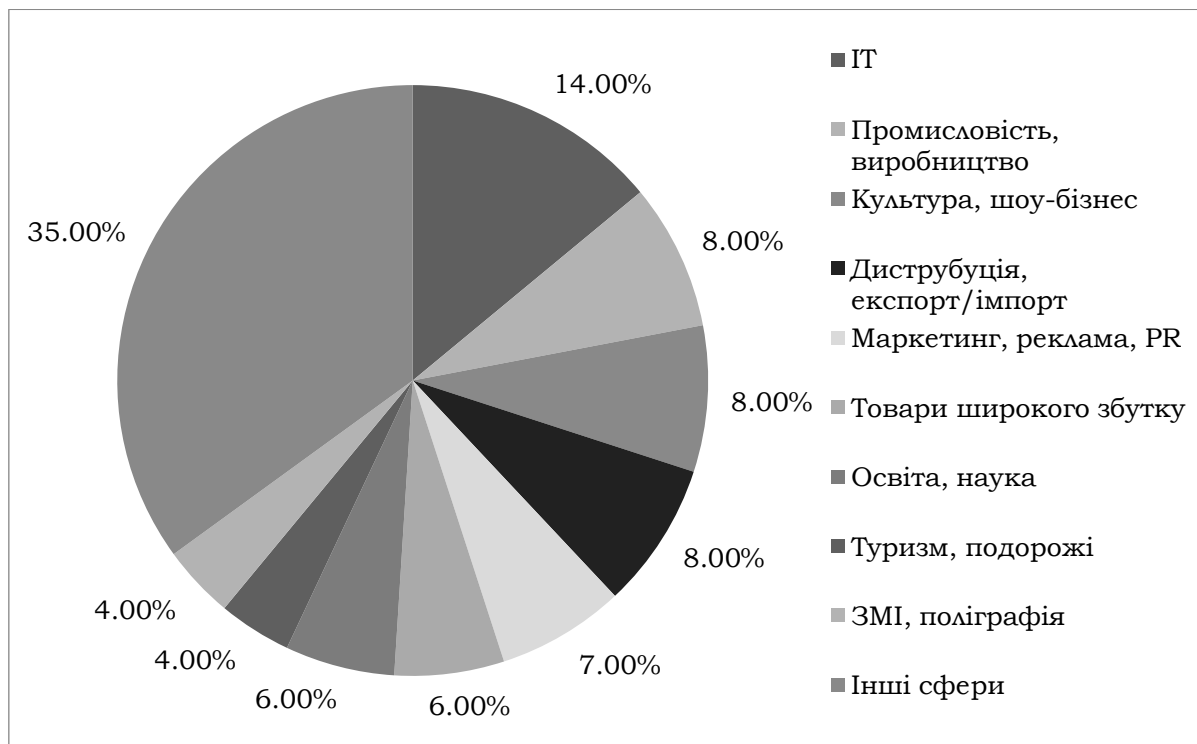


Рис. 2. Сфера діяльності вітчизняних компаній, які намагаються вийти на зовнішній ринок у 2023 році

Fig. 2. The sphere of activity of domestic companies trying to enter the foreign market in 2023
Джерело: складено за даними²

¹ You control the statistics. URL: <https://youcontrol.com.ua/blog/> (дата звернення: 12.07.2023).

² Українська хвиля. Знайомтеся: 40 вітчизняних компаній, які вперше вийшли на міжнародні ринки під час війни. URL: <https://forbes.ua/company/ukrainska-khvilya-znayomtesya-40-vitchiznyanikh-kompaniy-yaki-vpershe-viyshli-na-mizhnarodni-rinki-pid-chas-viyuni-22092023-16125> (дата звернення: 12.10.2023).

Бриджес і Флёрсхайм повідомляють, що онлайн-клієнти можуть шукати утилітарних переваг, таких як простота використання, або гедонічних переваг, таких як задоволення, користуючись онлайн-платформами. Крім того, варто зазначити, що цінність гедонічних покупок стає все більш важливою в наші дні, оскільки користувачі більше цінують свій досвід онлайн. Чайлдерс, Карр, Пек і Карсон (2001) виявили, що хоча розваги та занурення в онлайн-платформи цінуються, зручність і зрозуміла навігація також є важливими факторами для користувачів, що відображається у вартості покупки.

Таким чином, зростаючий попит на гедонічні покупки у віртуальних просторах відображає еволюцію споживчих уподобань і розуміння як утилітарних, так і гедонічних потреб споживачів у глобальній онлайн-торгівлі, вказує на важливість елементів, які необхідно задовольнити.

Компанії відстежують купівельну поведінку споживачів у своїх онлайн-магазинах, щоб надати індивідуально персоналізовані банери за допомогою методу, який називається ретаргетингом (Bleier & Eisenbeiss, 2015). Роздрібні продавці збирають онлайн-дані про поведінку клієнтів, щоб розробляти персоналізовані послуги. Удосконалення персоналізації, як правило, підвищує релевантність послуг і сприяння клієнтам, але, як це не парадоксально, це також може збільшити вразливість клієнтів і зменшити адаптацію (Агірре, Мар, Гревал, Д., де Рюйтер, & Ветзелс, 2015)

Однією зі специфічних проблем, з якими зіштовхуються вітчизняні підприємства при впровадженні зовнішньої реклами є проблема перекладу найменувань виробів та реклами на місцеву мову. Історія розвитку міжнародної реклами товарів і послуг налічує численні випадки, пов'язані зі збоями в перекладі реклами. Прикладом цього є реклама від Electrolux, скандинавського виробника побутової техніки. Компанія просувала свою продукцію на американському ринку під гаслом «Немає нічого гіршого за Electrolux». Але переклад цього слогану абсолютно зрозумілий. «Мені ще треба знайти якусь лайно, як Electrolux!». Специфічні труднощі, пов'язані з інерцією, опором, відторгненням та політикою у загальному вигляді полягають в тому, що в одній країні певна рекламна кампанія може бути досить успішною, а в іншій зовсім невдалою. Як свідчить досвід, при переміщенні певної рекламної кампанії-переможця в іншу країну успіх буде гарантовано тільки приблизно у 60 % випадків (Чала, 2014).

Рекомендації для стратегії виходу на зовнішні ринки для вітчизняних підприємств:

– провести детальний аналіз ринку: Дослідити потенційний зовнішній ринок,

включаючи його розмір, конкуренцію, законодавство, культурні особливості та споживчі поведінки. Розуміння ринкових умов є основою для успішної стратегії;

– обрати правильний ринок: Обирати ринки, які найкраще відповідають вашій продукції чи послугам, і на яких є пит. Важливо враховувати країни з розвинутою інфраструктурою, стабільною політичною середою та сприятливими умовами для бізнесу;

– адаптувати продукт чи послугу до місцевих умов: Уважно вивчити потреби та вимоги місцевого споживача та адаптувати свою продукцію чи послуги до цих вимог. Це може включати зміни в дизайні, упаковці, ціноутворенні та маркетингових стратегіях;

– планувати логістику та постачання: Забезпечити надійну систему постачання, яка включає в себе виробництво, транспортування та зберігання товарів чи послуг. Розглянути можливість співпраці з місцевими постачальниками та логістичними компаніями;

– розробити маркетингову стратегію: Створити маркетинговий план, який включає в себе стратегії просування на новому ринку, рекламу, позиціонування бренду та взаємодію з місцевими медіа та впливовими особами;

– треба знати та використовувати правові аспекти: Вивчити місцеве законодавство та регуляції щодо ведення бізнесу на зовнішньому ринку. Забезпечити відповідність своєї діяльності місцевим вимогам;

– працюйте з професіоналами: Розгляньте можливість співпраці з консультантами, які мають досвід у виході на зовнішні ринки. Вони можуть надати цінні поради та підтримку;

– моніторинг та оцінка: Постійно відстежувати результати вашої стратегії та адаптувати її відповідно до змін на ринку та власного досвіду;

– побудувати місцеві відносини: Співпрацювати з місцевими партнерами, агентами чи представництвами, щоб отримати локальну експертизу та підтримку;

– готовність до ризиків: Зовнішні ринки можуть бути важкими та непередбачуваними. Треба бути готовим до можливих ризиків та розвивайте плани управління кризами.

Загалом хороша стратегія — це систематичний і гнучкий підхід, який дозволяє стабільно адаптуватися до змін і забезпечити ринковий успіх на міжнародному рівні. Крім того, важливо співпрацювати з експертами та налагоджувати місцеві стосунки, щоб отримати необхідні знання та підтримку на нових ринках. Постійний моніторинг та оцінка результатів, стійкість до ризику та розробка плану на випадок непередбачених ситуацій є важливими елементами успішної стратегії виходу на іноземний ринок.

Висновки. Питання виходу на зовнішні ринки є надзвичайно важливим у світі точної глобалізованої економіки та необхідності розвитку внутрішніх компаній. Цей процес несе з собою різні труднощі та ризики, але він також відкриває нові можливості для бізнесу для зростання та розширення. Українські компанії можуть стати конкурентоспроможними на міжнародному ринку, але для цього вони повинні обирати розумні стратегії, адаптуватися до місцевих обставин і бути готовими працювати в глобальному середовищі.

Експорт, інвестиції та створення філіалів, франчайзинг, міжнародні партнерства та альянси, диверсифікація товарів і послуг, а

також маркетинг і брендинг є основними методами входу на зовнішні ринки. Аналіз ринку, ресурсів і цілей компанії повинні бути основою для вибору конкретної стратегії.

Підприємства повинні бути готовими до багатьох проблем, які виникають при виході на зовнішні ринки. Ці проблеми включають фінансові обмеження, проблеми з доступом до ринку, відмінності в культурі та мові, логістичні складнощі, валютні ризики, конкуренцію та питання, пов'язані з правом та податками. Ретельна підготовка та правильний вибір стратегії дозволять українським компаніям успішно виходити на зовнішні ринки та сприяти розвитку економіки країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Agirre, E., Mar, D., Grewal, D., de Ruyter, K., & Vetlesen, M. Unlocking the personalization paradox: The impact of information collection and trust-building strategies on online advertising effectiveness. *Journal of Retailing*. 2015. Vol. 91(1). Pp. 34–49. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2014.09.005>
2. Ащадлов В. В. Особливості формування маркетингової стратегії підприємства в умовах конкурентного ринку. *Держава та регіони. Сер. : Економіка та підприємництво*. 2013. № 1. С. 88-91.
3. Денерт А. О. Вибір маркетингової стратегії діяльності підприємства у міжнародному середовищі. *Наука. Майбутнє: досягнення та перспективи*. 2020. С. 52–53.
4. Evans J. R., Berman V. *Marketing*. Macmillan Pub. Co., 1990. 889 p.
5. Котлер Ф., Армстронг Г. *Основи маркетингу* : Пер. з англ. К. : Науковий світ, 2020. 880 с.
6. Ліпич Л. Г., Фатенок-Ткачук А. О. Стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки. *Культура народів Причорномор'я*. 2007. № 102. С. 147.
7. Міністерство економіки України. Україна в 2022 році експортувала майже 100 млн тонн товарів. [Press Release]. URL: <https://me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=1487b1f5-eeb7-4946-b9c8-3370f20568a2&title=UkrainaV2022-RotsiEksportovala> (дата звернення: 20.04.2023).
8. Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 20.04.2023).
9. Павлюк Л. В., Савош А. В. Поняття та значення бізнес-планування для сучасних підприємств. *Економічні науки. Серія : Регіональна економіка*. 2022. Вип. 19. С. 205-209. DOI: [https://doi.org/10.36910/2707-6296-2022-19\(75\)-24](https://doi.org/10.36910/2707-6296-2022-19(75)-24)
10. Mulligan A. The future of research revealed. URL: <https://www.elsevier.com/connect/research-futures-2022> (дата звернення 20.04.2022).
11. Таран-Лала О. М., Кондратович С. С. Оцінка ефективності стратегічного управління товарним асортиментом підприємства. *Ефективна економіка*. 2022. № 12. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.12.8>
12. Чала Ю. В. Специфічні проблеми міжнародної реклами та рекомендації щодо їх вирішення. *Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова*. Т. 2014. Т.19. Вип. 1/1. С.70-79. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/141457416.pdf> (дата звернення 20.08.2023).
13. Чебан А. С., Аверіхіна Т. В. Формування рекламної стратегії підприємства при виході на зовнішній ринок. *Економіка. Фінанси. Право*. 2017. № 7(1). С. 4-7.
14. Чухрай Н. І., Сухомлин А. Є. Проблеми виходу Українських підприємств на європейський ринок. *Національний університет «Львівська політехніка»*. 2010. С.90–94.
15. Azzari, V., Zambaldi, F., Guissoni, L. A., Rodrigues, J.M., & Scornavacca, E. The impact of brand origin during an economic downturn: Evidence from a developing market. *Journal of International Marketing*. 2023. Vol. 31 (2). Pp. 25-42. DOI: <https://doi.org/10.1177/1069031X231154483>
16. Bleier, A., & Eisenbeiss, M. Personalized online advertising effectiveness: The interplay of what, when, and where. *Marketing Science*. 2015. Vol. 34 (5). Pp. 669–688. DOI: <https://doi.org/10.1287/mksc.2015.0930>
17. Hill, C. W. L. *International Business: Competing in the Global Marketplace*. McGraw-Hill Education, 2017.
18. McGrath, R. G., & MacMillan, I. C. Discovery driven planning. *Harvard Business Review*. 1995. 1995(July-August). Pp. 44-54.
19. Mort G., Drennan J. Mobile digital technology: Emerging issue for marketing. *J Database Mark Cust Strategy Manag*. 2002. Vol.10. Pp.9–23. DOI: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jdm.3240090>
20. Kalyanam K., McIntyre S. The e-marketing mix: A contribution of the e-tailing wars. *J. of the Acad. Mark. Sci*. 2002. Vol. 30. Pp.487–499. DOI: <https://doi.org/10.1177/009207002236924>
21. Qu Y., Cie sliik A., Fang Sh., Qing Yu. The role of online interaction in user stickiness of social commerce: The shopping value perspective. *Digital Business*. 2023. Vol. 3 (2). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2023.100061>

Стаття надійшла до редакції 08.10.2023 р.

Стаття рекомендована до друку 13.11.2023 р.

Viktor Rozhko*, PhD (Economics), Associate Professor
rvrozko78@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0153-6280>

Darina Tatarko*, Student
darina.tatarko@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0001-0012-2847>

* V.N. Karazin Kharkiv National University, 4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine

STRATEGIES FOR ENTERING FOREIGN MARKETS BY DOMESTIC ENTERPRISES

Abstract. The article examines topical issues of how Ukrainian enterprises can enter international markets, as well as the methods they can use to successfully enter the market. Global markets bring great challenges, but also new opportunities in the context of globalization and competitive environment.

This article examines various approaches to entering foreign markets, such as exporting, investing in other countries, franchising, alliances, and others. Both the advantages and disadvantages of each of these methods are considered. In addition, advice is provided on how to select and use these methods.

Attention is paid to the analysis of possible risks and problems that Ukrainian enterprises may face when entering foreign markets, and information is provided on how to minimize them.

Managers and owners of Ukrainian enterprises who are considering the possibility of going outside their country and looking for ways to successfully enter foreign markets will find this article useful.

This article describes the different types of exports, including direct and indirect exports, and considers the logistical and regulatory aspects that Ukrainian companies must manage. It emphasizes the importance of market research and conforming products and services to international standards.

The article explores the collaborative strategies of franchising and forming alliances. It examines the role of partnerships and franchising agreements in mitigating risks and leveraging the strengths of local partners.

Cultural nuances and market adaptation strategies are explored to help Ukrainian enterprises tailor their products, services, and marketing approaches to align with the cultural preferences and expectations of the target international markets.

A critical aspect of the article focuses on the identification and analysis of potential risks involved in international market entry. It provides a framework for risk mitigation, emphasizing the importance of due diligence, legal compliance, and a proactive approach to addressing challenges.

Keywords: Export Strategy, International Expansion, International Trade, Marketing in Foreign Markets, Globalization of Enterprises, International Competition, Foreign Sales Markets, Trade Partners.

JEL Classification: M31; M3; L2.

REFERENCES

1. Agirre, E., Mar, D., Grewal, D., de Ruyter, K., & Vetlesen, M. (2015). Unlocking the personalization paradox: The impact of information collection and trust-building strategies on online advertising effectiveness. *Journal of Retailing*, 91 (1), 34–49. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2014.09.005>
2. Ashaulov, V. V. (2013). Features of forming the marketing strategy of an enterprise in a competitive market. *State and Regions. Series: Economics and Entrepreneurship*, 1, 88-91. (in Ukrainian)
3. Denert, A. O. (2020). Choosing the marketing strategy of enterprise activity in the international environment. *Science. Future: Achievements and Prospects*, 52–53. (in Ukrainian)
4. Evans J. R., & Berman B. (1990). *Marketing*. Macmillan Pub. Co.
5. Kotler, F., & Armstrong, G. (2020). *Fundamentals of Marketing*. K.: Naukovy Mir. (in Ukrainian)
6. Lipich, L. G., & Fatenok-Tkachuk, A. O. (2007). Strategies for companies entering foreign markets. *Culture of the Peoples of the Black Sea Region*, 102, 147. (in Ukrainian)
7. Ministry of Economy of Ukraine. (2023). Ukraine exported almost 100 million tons of goods in 2022. [Press Release]. Retrieved from <https://me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=1487b1f5-eeb7-4946-b9c8-3370f20568a2&title=UkrainaV2022-RotsiEksportuvala> (in Ukrainian)
8. Official website of the State Statistics Committee of Ukraine. (n.d.). Retrieved from <https://www.ukrstat.gov.ua> (in Ukrainian)
9. Pavlyuk, L. V., & Savosh, L. V. (2022). Concept and significance of business planning for modern enterprises. *Economic Sciences. Series: Regional Economics*, 19, 205-209. doi: [https://doi.org/10.36910/2707-6296-2022-19\(75\)-24](https://doi.org/10.36910/2707-6296-2022-19(75)-24) (in Ukrainian)
10. Mulligan A. (2022). The future of research revealed. Retrieved from <https://www.elsevier.com/connect/research-futures-2022>

11. Taran-Lala, O. M., & Kondratovich, S. S. (2022). Evaluation of the effectiveness of strategic management of the product range of the enterprise. *Effective Economy*, 12. doi: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.12.8> (in Ukrainian)
12. Chala, Y. V. (2014). Specific problems of international advertising and recommendations for their solution. *Bulletin of Odessa National University named after I.I. Mechnikov*, 19(1/1), 70-79. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/141457416.pdf> (in Ukrainian)
13. Cheban, A. S., & Averikhina, T. V. (2017). Formation of the advertising strategy of the enterprise when entering the foreign market. *Economics. Finance. Law*, 7(1), 4-7. (in Ukrainian)
14. Chukhray, N. I., & Sukhomlyn, L. E. (2010). Problems of Ukrainian enterprises entering the European market. *National University "Lviv Polytechnic"*, 90-94. (in Ukrainian)
15. Azzari, V., Zambaldi, F., Guissoni, L. A., Rodrigues, J. M., & Scornavacca, E. (2023). The impact of brand origin during an economic downturn: Evidence from a developing market. *Journal of International Marketing*, 31(2), 25-42. doi: <https://doi.org/10.1177/1069031X231154483>
16. Bleier, A., & Eisenbeiss, M. (2015). Personalized online advertising effectiveness: The interplay of what, when, and where. *Marketing Science*, 34(5), 669-688. doi: <https://doi.org/10.1287/mksc.2015.0930>
17. Hill, C. W. L. (2017). *International Business: Competing in the Global Marketplace*. McGraw-Hill Education.
18. McGrath, R. G., & MacMillan, I. C. (1995). Discovery driven planning. *Harvard Business Review*, 1995(July-August), 44-54.
19. Mort, G., & Drennan, J. (2002). Mobile digital technology: Emerging issues for marketing. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 10, 9-23. doi: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jdm.3240090>
20. Kalyanam, K., & McIntyre, S. (2002). The e-marketing mix: A contribution of the e-tailing wars. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30, 487-499. doi: <https://doi.org/10.1177/009207002236924>
21. Qu, Y., Cieslik, A., Fang, Sh., & Qing, Yu. (2023). The role of online interaction in user stickiness of social commerce: The shopping value perspective. *Digital Business*, 3(2). doi: <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2023.100061>

The article was received by the editors 08.10.2023.

The article is recommended for printing 13.11.2023.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Випуск 66'2023

Журнал

Українською та англійською мовами

Відповідальний за випуск Пуртов В.Ф.

В авторській редакції

Підписано до друку 05.12.2023. Формат 60x84/8. Папір офсетний. Друк цифровий.
Ум. друк. арк. 15,2. Обл.-вид. арк. 19,0. Наклад 100 пр. Замовлення № 20/2023.

Видавець і виготовлювач
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
61022, Харків, майдан Свободи, 4.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3367 від 13.01.09

Видавництво ХНУ імені В. Н. Каразіна
Тел. 705-24-32