МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

ВІСНИК

Східноукраїнського національного університету імені ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

№ 4 (274)
2022

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ

Київ 2022

ВІСНИК
СХІДНОУКРАЇНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

№ 4 (274) 2022
НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
ЗАСНОВАНО У 1996 РОЦІ
ВИХІД З ДРУКУ - ДВАНАДЦЯТЬ РАЗІВ НА РІК
Засновник
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля
Журнал зареєстровано в Міністерстві юстиції України
Свідоцтво про державну реєстрацію **серія КВ № 15607-4079ПР від 18.08.2009 р.**

VISNIK
OF THE VOLODYMYR DAHL EAST UKRAINIAN NATIONAL UNIVERSITY

№ 4 (274) 2022
THE SCIENTIFIC JOURNAL
WAS FOUNDED IN 1996
IT IS ISSUED TWELVE TIMES A YEAR
Founder
Volodymyr Dahl East Ukrainian National University
Registered by the Ministery of Justice of Ukraine
Registration **Certificate** **KB № 15607-4079ПР dated 18.08.2009**

Журнал включено до Переліків наукових фахових видань України (Наказ МОН № 886 02.07.2020 р.), (Наказ МОН №1188 24.09.2020 р.), (Наказ МОН №157 від 09.02.2021 р.) в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук з технічних (122, 131, 132, 133, 141, 151, 161, 273) та економічних (051, 073, 075) наук відповідно.

Журнал включено до Міжнародної наукометричної бази даних Index Copernicus International (ICV 2018: 59.34).

ISSN 1998-7927(print)
ISSN 2664-6498 (online)

Головна редакційна колегія:

Поркуян О.В., докт. техн. наук (голова редакційної колегії),

Галгаш Р.А., докт. екон. наук, (заступник голови редакційної колегії),
Кудрявцев С.О., канд. техн. наук, (заступник голови редакційної колегії),
Білобородова Т.О. канд. техн. наук,
Глікіна І.М., докт. техн. наук,
Грицюк В.Ю., канд. техн. наук,
Д'яченко Ю.Ю., докт. екон. наук,
Ковтанець М.В., канд. техн. наук,
Кравченко К.О., канд. техн. наук,
Лория М.Г., докт. техн. наук,
Могила В.І., докт. техн. наук,
Носко О.П., канд. техн. наук,
Проказа О.І., канд. техн. наук,
Семененко І.М., докт. екон. наук,
Сергієнко О.В., канд. техн. наук,
Скарга-Бандурова І.С., докт. техн. наук,
Целіщев О. Б., докт. техн. наук

Відповідальний за випуск: д.е.н., професор Івченко Є.А.
Рекомендовано до друку Вченою радою Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (Протокол № 3 від 28 жовтня 2022 р.)

Матеріали номера друкуються мовою оригіналу.

© Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, 2022
© Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, 2022

З М І С Т

Спеціальність 051

Vovk V.A., Afanasieva O.M.
STRATEGIC POSITIONING OF THE COMPANY ON THE INTERNATIONAL MARKET 5

Zyma O.H., Rodionov S.O.
FEATURES OF THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE ENERGY SAVING MARKET 10

Imnadze I.N.
COMPONENT STRATEGIES OF FOREIGN ECONOMIC DEVELOPMENT 14

Klius Y.I., Vodyanyk R.V., Striuk O.S.
CONTROLLING MEASURES FOR THE COMPANY'S SUSTAINABLE DEVELOPMENT STRATEGY IMPLEMENTATION 20

Корсунова К.Ю.
ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА МІЖНАРОДНИЙ DIGITAL МАРКЕТИНГ 25

Овєчкіна О.А., Маслош О.В., Шестопалов В.І., Щеглова А.Ю.
СТАН ЕКОНОМІЧНОЇ ДОСТУПНОСТІ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ НА ПЕРІОД ВІЙНИ РОСІЇ В УКРАЇНІ: НАЦІОНАЛЬНИЙ ТА СВІТОВИЙ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ 31

Покровська Н.М.
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ, ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ 41

Ptashchenko O.V., Sokhatska O.M.
TRANSPORT LOGISTICS AS A TOOL FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF THE ORGANIZATION 48

Швець Н.В., Шевцова Г.З.
ФОРМУВАННЯ ПОВОЄННОЇ МОДЕЛІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПИТАННЯ ФІНАНСУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ 53

Шевченко І.О.
КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ТРАНСФОРМАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ З УРАХУВАННЯМ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНИХ РИНКІВ 63

Спеціальність 073

Васюренко Л.В., Орлова-Курилова О.В., Співак С.І.
УПРАВЛІННЯ ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ВИТРАТ ВРАХОВУЮЧИ ПРИНЦИПИ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ 70

Хандій О.О., Шестопалов В.І.
БЕЗРОБІТТЯ ПІД ЧАС ВІЙНИ: АНАЛІТИЧНІ АСПЕКТИ 76

C O N T E N T S

S p e c i a l i t y 0 5 1

Vovk V.A., Afanasieva O.M.5
STRATEGIC POSITIONING OF THE COMPANY ON THE INTERNATIONAL MARKET 5

Zyma O.H., Rodionov S.O.
FEATURES OF THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE ENERGY SAVING MARKET 10

Imnadze I.N.
COMPONENT STRATEGIES OF FOREIGN ECONOMIC DEVELOPMENT 14

Klius Y.I., Vodyanyk R.V., Striuk O.S.
CONTROLLING MEASURES FOR THE COMPANY'S SUSTAINABLE DEVELOPMENT STRATEGY IMPLEMENTATION 20

Korsunova K.Y.
IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON INTERNATIONAL DIGITAL MARKETING 25

Ovechkina O.A., Maslosh O.V., Shestopalov V.I., Shcheglova A.Yu.
STATE OF ECONOMIC AVAILABILITY OF FOOD PRODUCTS DURING THE WAR OF RUSSIA IN UKRAINE: NATIONAL AND WORLD ASPECTS OF RESEARCH 31

Pokrovska N.M.
CONCEPTUALPRINCIPLES OFPOST-WARRECONSTRUCTION OFUKRAINE, ECONOMICASPECTS 41

Ptashchenko O.V., Sokhatska O.M.
TRANSPORT LOGISTICS AS A TOOL FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF THE ORGANIZATION 48

Shvets N.V., Shevtsova H.Z.
BUILDING A POST-WAR MODEL OF UKRAINE'S ECONOMY: FUNDING AND MANAGEMENT ISSUES 53

Shevchenko I. O.
CONCEPTUAL APPROACH TO THE TRANSFORMATION OF THE GLOBAL ECONOMY, WITH CONSIDERING DEVELOPMENT OF THE GLOBAL MARKETS 63

S p e c i a l i t y 0 7 3

Vasyurenko L.V., Orlova-Kurilova O.V., Spivak S.I.
MANAGEMENT OF ACCOUNTING AND FINANCIAL SECURITY OF COSTS TAKING INTO ACCOUNT THE PRINCIPLES OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS 70

Khandii O.O., Shestopalov V.I.
UNEMPLOYMENT DURING THE WAR: ANALYTICAL ASPECTS 76

DOI: https://doi.org/10.33216/1998-7927-2022-274-4-5-9

УДК 330.46.

STRATEGIC POSITIONING OF THE COMPANY ON THE INTERNATIONAL MARKET

Vovk V.A., Afanasieva O.M.

СТРАТЕГІЧНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Вовк В.А., Афанасьева О.М.

The presented work examines the peculiarities of the strategic positioning of enterprises aiming to enter foreign markets.
Based on the generalized provisions of the concepts of strategic positioning and the defined essence of the strategic position, it is possible to conclude on the expediency of taking into account the position reflected in the relationship with the main groups of participants in the external environment of the enterprise: competitors; consumers or customers; suppliers; investors, creditors, partners; state
There are three main ways for a company to enter international markets: export, direct investment, and joint venture. The company itself chooses a more profitable way to enter the international market, thereby evaluating its strengths and weaknesses and predicting possible profits and losses. For this, the company uses the criteria by which it evaluates the consumer niche, industry, and competing companies.
After the analysis of international markets, for a modern enterprise in the conditions of fierce competition, it is necessary to develop an international strategy for the sale of products.
Building a sales channel on the international market consists of six stages, after passing which the company will be able to achieve significant success in the direction of foreign economic activity. By determining the responsibilities of the partners, the majority of responsibility can be retained by the manufacturer, transferred to intermediaries, end users, specialized intermediaries (consultant, advertising agency, transport company) or even shared among the channel participants.
Development of local production and export of products to other countries is an appropriate strategy for the further increase of sales on the world market. This reduces the risk and the need for financial resources, and also allows to minimize direct investments in foreign companies. In this case, this strategy is the least expensive and optimal under the given conditions, level of quality and production. If you consider other strategies as possible alternatives, then you should pay attention to the multinational strategy, which helps the company to enter new markets, while making the necessary changes in products for each individual consumer country.
Keywords: *strategy, positioning strategy, strategic positioning, foreign market, international markets*

Formulation of the problem. The importance of strategically determined behavior, which allows organizations to survive in competition in the long term, has increased dramatically in the last decade in connection with unstable business conditions. All economic organizations, including cable production enterprises, should not only focus on the internal state of affairs, but also develop a long-term strategy that would condition the management of internal changes in accordance with the goal and external realities. It is necessary to form a common vision of the enterprise, work out the mechanism of influence on the conditions for achieving a specifically formulated future, and manage the resources of the enterprise for its development in the chosen direction. The company needs to have a clear idea of its own concept of work.

Positioning is more about long-term strategy than short-term tactics. It takes time to build a position and positioning is not done for a short-term promotion campaign. Positions offer sustainable means of differentiation, creation of competitive advantages, possession of a certain share of the market [1].

Well-designed positions are sustainable, secure and adaptable to future development. This suggests that the position can evolve and change during periods of growth, maturity and decline.

First, in order to carry out a predictive assessment of positioning directions, a systematic analysis of the influence of factors of the internal and external market environment on work results is carried out.

An enterprise that has decided to focus on the leader of the competition must successfully implement the analytical, strategic and operational aspects of positioning.

That is why it is possible to note that strategic positioning itself becomes the key to increasing the competitiveness of the enterprise.

Analysis of basic research and publications.

Scientific interest in the problem of forming the strategic positioning of an industrial enterprise forces us to turn to the analysis of the accumulated theoretical material. To date, Alfred D. Chandler, Kenneth Andrews and Igor Ansoff are considered to be generally recognized researchers of strategic planning. The general strategies of competition formulated by M. Porter are still considered by many researchers in the field of strategic planning to be the most efficient tools for the practical activities of modern firms. The issue of strategic positioning on international markets has been studied by many domestic and foreign scientists, including V. Aleksunin, G. Armstrong, P. Kotler, O. L. Kanishchenko, T. Kharchuk, T. Tsygankova, P. Chernomaz.

Goal. The purpose of the work is to consider the features of strategic planning and positioning on the international market, to justify the sequence of actions of the enterprise before entering the international market.**Research materials and results.**

Each large enterprise, as a rule, has a strategy, according to which the enterprise decides which way to enter the international market, for the sake of successful positioning and possession of a sufficient market share. Such a strategy can be: corporate, business, functional, operational [3].

Corporate strategy includes a change in the structure of the enterprise, the distribution of resources between the divisions of the enterprise, the decision to merge or acquire new enterprises, the strengthening of existing business positions, the termination of activities that do not correspond to management plans [3,8].

A business strategy is implemented and adopted for each individual type of activity. This choice provides a long-term competitive advantage for the business unit.

The functional strategy is developed by the functional services and divisions of the enterprise based on the corporate and business strategy. An enterprise should have as many functional strategies as it has main areas of activity. The main goal of this strategy is the distribution of department resources, as well as the search for effective behavior of the functional unit within the framework of the overall strategy.

Operational strategies, compared to top-level strategies, complement and complete the overall business plan of the enterprise, despite being smaller in scope.

The choice of the form of entering the international market depends on the specifics of the activity and internal factors of the enterprise, and is also determined by the external environment of international business [1].

There are three main groups of forms of entry of enterprises to the international market: development through market coordination; development through the formation of cooperative forms and market development through hierarchical coordination.

Market coordination is usually carried out in the form of direct or indirect exports.

The cooperative form of entering the international market is characterized by the following distinctive features, namely, the voluntary joint work of two legally and economically independent enterprises during a certain period of time.

Cooperative forms of entering the international market can be divided into two groups depending on the distribution of financial resources: forms without capital transfer (licensing, franchising, contract management, leasing, etc.) and forms with capital transfer [5].

Hierarchical forms of entering the international market include all forms based on independent departure with participation in equity capital abroad.

The main advantages of hierarchical forms of access to the international market include the fact that the company can build its own resource policy [5].

The author's general presentation of the main positioning strategies is presented in Fig. 1

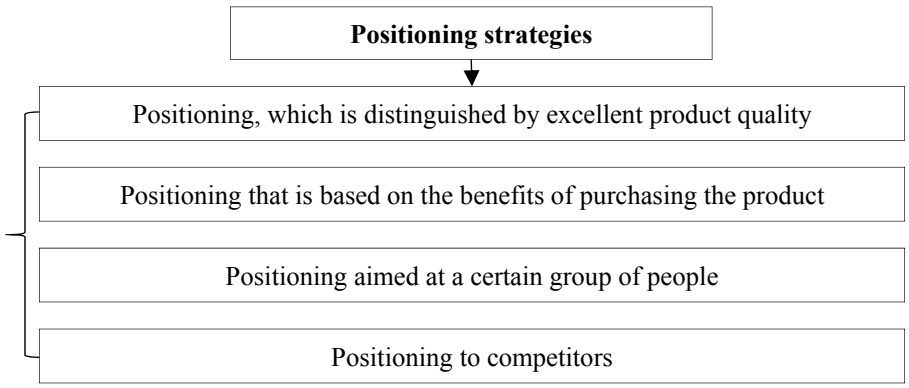

Fig. 1. Basic strategies for positioning goods in the target segment

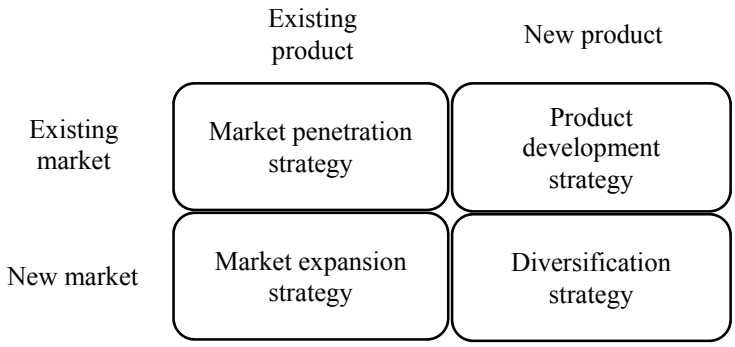

Fig. 2. Ansoff matrix
Source: author's schematic display

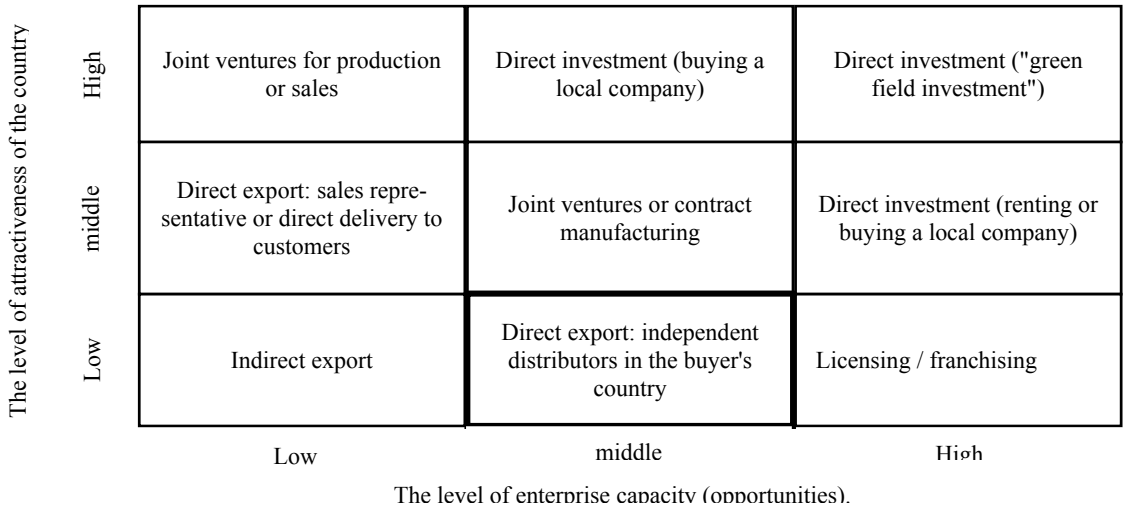

Fig. 3. Matrix for choosing a strategy for entering the international market
Source: presented by the authors

Businesses planning to enter the international market must choose a specific market on which to focus their marketing efforts. The choice of the international market involves the study of three main parameters: the potential and conditions of the selected market, the intensity of the used methods of competition, the goals and capabilities of the enterprise. The potential of the market is determined by the prospects of development, the availability of penetration of a foreign enterprise without excessive expenditure of money and time [1-3].

The next stage in the selection of international markets is the study of the intensity and practical techniques used by competitors, namely: identification of effectively operating competitors, determination of the structure of competition, i.e. the number of competitors and their distribution by market share, establishment of competitiveness criteria, analysis of competitive advantages of market participants [3] .

Therefore, when developing a strategy for entering a foreign market, the primary and most important task is to correctly choose the market of which specific country is better to enter.

That is why in fig. 2, we will present the Ankoff Matrix in a schematic display. This will make it possible to more clearly identify the features of strategic planning and positioning.

The simplest and most common way for a company to enter the international market is export, which can be regular or irregular. Regular export is considered to be the supply of goods and services of an enterprise with the aim of expanding its foreign trade operations in a specific target market. Irregular export is a passive level of foreign economic relations, at which the company sometimes exports the balance abroad. This method has certain advantages: the minimum level of investment costs, current liabilities, changes in product range, company structure, and the most important advantage is minimal risks when entering the market, as well as the ability to quickly and easily exit the market.

There are two types of this method: direct and indirect export. A company with direct export conducts all export operations independently, while with indirect export, it uses the services of intermediaries. As a rule, at the initial stages of international activity, the company uses indirect export, since this method requires smaller investments and lower risk levels [5, 7].

Indirect export is carried out with the help of transfer of export authority, export franchise, commercial intermediaries.

Direct export is carried out by trade representatives, the export department, or representative offices of the company.

To choose an appropriate strategy for the implementation of "the same products - new markets", you can use the matrix for choosing a strategy for entering international markets (Fig. 3.)

There are six strategic approaches for the company's activities in the international market [2].

Transfer of the right to foreign companies to use their own technologies or to manufacture and distribute products (in this case, the income from international activities is equal to the amount received under the royalty agreement)[34]. This strategy is more or less optimal for machine-building enterprises due to the high level of production technologies. The company can raise the level of product quality to a higher level and apply this strategy.

Strengthen production at the national level and export goods to international markets, using own sales channels or channels controlled by foreign enterprises [2]. This strategy is already in place at the company and is quite effective and efficient. The company should think about expanding the list of consumer countries, expanding sales channels, and granting additional privileges to countries that are large wholesale buyers to increase product sales.

Apply a multinational strategy, that is, develop a special strategy for each partner country, in order to meet the tastes of consumers and the competitive conditions of these countries [3, 5, 9]. The implementation of this strategy can bring more profit to the enterprise, in case of improvement of product quality. But despite this, a test implementation of the strategy should be done to analyze the additional necessary improvements to avoid unnecessary risks.

The global strategy of low costs involves ensuring production with low costs in most or all strategically important markets of the world [1, 7, 12]. In this case, the company directs its efforts to ensure that the level of costs is lower than that of competitors on the international market. In this case, the implementation of this strategy is not absolutely relevant, since the costs of production of products are quite low compared to the prices of competitors.

The next option is to follow a global strategy of differentiation, in which the company changes its product according to the same parameters in different countries in order to create a permanent image of the company on a global scale and to gain a strong competitive position. Implementation of this strategy is not possible due to expensive marketing research and the need to have a large number of highly qualified personnel to implement leadership worldwide.

Follow a global focus strategy that aims to serve the same niches in each strategically important national market [5]. A company's strategic actions are coordinated within the global market to achieve sustained competitive advantage in targeted niches based on low cost or differentiation.

Thus, considering all strategies, it can be considered the optimal strategy to increase production at the national level and further export abroad through our own sales channels and through foreign intermediaries [7, 8, 10]. In this case, this strategy is the least costly and optimal under these conditions, quality and production levels. If we consider other strategies as possible alternatives, we can pay attention to the multinational strategy, which can help the company enter new markets while making the necessary changes in products for each consumer country.

Conclusions. Thus, the further development of national production and export of products abroad should be the main strategy of enterprises, with the condition of expanding sales channels. This reduces the risk and the need for financial resources, and also allows to minimize direct investments in foreign companies. The implementation of a multinational strategy should be second in importance, its implementation will help the enterprise to increase not only the image of the company, but also its importance in the world market. In further studies, it is necessary to take into account the peculiarities of export operations and sales channels of the products of high-tech enterprises.

There are three main ways for an enterprise to enter foreign markets: export, direct investment, and joint venture. The company itself chooses the optimal way to enter the foreign market, thereby evaluating its strengths and weaknesses and predicting possible profits and losses.

Development of local production and export of products to other countries is an appropriate strategy for the further increase of sales on the world market. This reduces the risk and the need for financial resources, and also allows to minimize direct investments in foreign companies. In this case, this strategy is the least expensive and optimal under the given conditions, level of quality and production. If you consider other strategies as possible alternatives, then you should pay attention to the multinational strategy, which helps the company to enter new markets, while making the necessary changes in products for each individual consumer country.

Thus, the development of a correct and competent corporate strategy and its implementation will help this enterprise to successfully participate in the competition and develop to an international scale.

Література

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер; пер. с англ. под редакцией С.Г. Божук. –СПб: Питер, 2007. –496с.
2. Алексунин В.А. Международный маркетинг. – 3-е изд. – М.: Дашков и К., 2005. – 716 с.
3. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності / О.П. Гребельник. – Киев, Наука, 2019. – 197 с.

4. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Е.М. Пенькова. – Новосибирск: Наука, 2009. – 736 с.
5. Кошарна П. С. Формування стратегічного інструментарію позиціонування підприємства : дис. канд. ек. наук : 08.00.04 / Кошарна Поліна Сергіївна – Харків, 2015. – 225 с.
6. Матрица Ансоффа [Електронний ресурс]. □ Режим доступу: http://marketopedia.ru/97-matrica-ansoffa.html.
7. Птащенко О. В., Божкова В. В., Сагер Л. Ю., Сигина Л. О. Трансформації інструментарію маркетингових комунікацій в умовах глобалізації. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2018. № 1. С. 73–82
8. Птащенко О. В. Використання маркетингового інструментарію та бенчмаркінгу на міжнародному ринку високотехнологічної продукції. Вісник Хмельницького національного університету. 2017. № 6. Т. 3 (253). С. 179–183
9. Резнікова Н.В. Поляризація й нерівномірність економічного розвитку як домінуюча ознака сучасного етапу глобалізації / Н.В. Резнікова, О.А. Іващенко // Інвестиції: практика та досвід. 2016. – №4 (лютий). – С.7-12.
10. Співаковська Т.В. Формування маркетингових стратегій машинобудівних підприємств в умовах інтернаціоналізації ринків / Т.В. Співаковська – К.: НТУУ"КПІ", 2009. – 13 с.
11. Forbes Global 2000 rankings, The World's Biggest Public Companies. Accessed on May 31, 2019
12. Helm, R. Internationale Markteintrittsstrategien: Einflussfaktoren auf die Wahl der optimalen Form des Markteintritts in Exportmärkte / R. Helm. – Lohmar; Köln: Eul, 1997.

R e f e r e n c e s

1. Aaker D. Strategic management / D. Aaker; trans. with English edited by S.G. Bozhuk -St. Petersburg: Peter, 2007. -496p.
2. Aleksunin V.A. International marketing. - 3rd ed. - M.: Dashkov and K., 2005. - 716 p.
3. Hrebelnyk O.P. Basics of foreign economic activity / O.P. Hrebelnyk - Kyiv, Nauka, 2019. - 197 p.
4. Kotler F. Fundamentals of marketing: Translated. with English / E.M. Penkova – Novosibirsk: Nauka, 2009. – 736 p.
5. Kosharna P. S. Formation of the strategic toolkit of enterprise positioning: diss. Ph.D. ec. Sciences: 08.00.04 / Kosharna Polina Serhiivna – Kharkiv, 2015. – 225 p.
6. Ansoff matrix [Electronic resource]. □ Access mode: http://marketopedia.ru/97-matrica-ansoffa.html.
7. Ptashchenko O.V., Bozhkova V.V., Sager L.Yu., Sygina L.O. Transformations of marketing communication tools in conditions of globalization. Marketing and innovation management. 2018. No. 1. P. 73–82
8. Ptashchenko O. V. Use of marketing tools and benchmarking on the international market of high-tech products. Bulletin of the Khmelnytskyi National University. 2017. No. 6. Vol. 3 (253). P. 179–183
9. Reznikova N.V. Polarization and unevenness of economic development as a dominant feature of the modern stage of globalization / N.V. Reznikova, O.A. Ivashchenko // Investments: practice and experience. 2016. – No. 4 (February). - P.7-12.
10. Spivakovska T.V. Formation of marketing strategies of machine-building enterprises in the conditions of internationalization of markets / T.V. Spivakovska - K.: NTUU "KPI", 2009. - 13 p.
11. Forbes Global 2000 rankings, The World's Biggest Public Companies. Accessed on May 31, 2019
12. Helm, R. Internationale Markteintrittsstrategien: Einflussfaktoren auf die Wahl der optimalen Form des Markteintritts in Exportmärkte / R. Helm. – Lohmar; Köln: Eul, 1997

Вовк В.А., Афанасьева О.М. Стратегічне позиціонування підприємства на міжнародному ринку

В представленій работі розглянуто с особливості стратегічного позиціонування підприємств, що мають на меті вихід на зовнішні ринки.

Спираючись на узагальнені положення концепцій стратегічного позиціонування та визначену сутність стратегічної позиції, можна зробити висновок про доцільність врахування позиції, що відображуються у взаємовідносинах з основними групами учасників зовнішнього оточення підприємства: конкурентів; споживачів або клієнтів; постачальників; інвесторів, кредиторів, партнерів; держави.

Існує три основних способи виходу підприємства на міжнародні ринки: експорт, пряме інвестування та спільне підприємство. Підприємство саме обирає більш вигідний спосіб виходу на міжнародний ринок, тим самим оцінюючи свої сильні і слабкі сторони та прогнозує можливі прибутки і збитки. Для цього підприємство використовує критерії, за якими оцінює споживчу нішу, галузь, конкуруючі підприємства.

Після аналізу міжнародних ринків, для сучасного підприємства в умовах жортскої конкуренції, необхідною є розробка міжнародної стратегії збуту продукції.

Побудова каналу збуту на міжнародному ринку складається з шести етапів, пройшовши які підприємство зможе досягти значного успіху в напрямку зовнішньоекономічної діяльності. Визначаючи обов'язки партнерів, більшість відповідальності може бути збережена виробником, передана посередникам, кінцевим споживачам, спеціалізованим посередникам (консультант, рекламне агентство, транспортна компанія) або навіть поділена між учасниками каналу.

Доцільною стратегією з метою подальшого збільшення продажів на світовому ринку виступає розвиток місцевого виробництва і експорт продукції в інші країни. Це знижує небезпеку і потребу в фінансових ресурсах, а також дозволяє мінімізувати прямі інвестиції в іноземні компанії. В даному випадку, ця стратегія є найменш витратною і оптимальної за даних умов, рівні якості і виробництва. Якщо ж розглядати інші стратегії як можливі альтернативні варіанти, то слід звернути увагу на багатонаціональну стратегію, яка допомагає підприємству вийти на нові ринки, здійснивши при цьому необхідні зміни продукції для кожного окремого держави-споживача.

Ключові слова: *стратегія, стратегія позиціонування, стратегічне позиціонування, зовнішній ринок, міжнародні ринки*

Вовк Володимир Анатолійович - к.е.н., доцент, декан факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Афанасьєва Олена Миколаївна – старший викладач кафедри управління соціальними комунікаціями ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Стаття подана 14.10.2022.

DOI: https://doi.org/10.33216/1998-7927-2022-274-4-10-13

УДК 332.1:66

FEATURES OF THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE ENERGY SAVING MARKET

Zyma O.H., Rodionov S.O.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ РИНКУ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ

Зима О.Г., Родіонов С.О.

The main features of the energy saving market are considered in the article. The main directions of the development of the energy saving market have been identified, as well as an analysis of the current state of the energy market in order to identify the main trends of its further development.

To date, there is still no comprehensive tracking and synthesis of all processes related to monitoring the energy saving market. But there is no effective state program of general monitoring of the energy sector and the energy saving market. Given that these are areas that should complement each other, they should be considered and analyzed together. This situation has a negative impact on the state of the energy market in Ukraine at the current stage.

It is necessary to constantly monitor trends in the development of the energy saving market, in particular, it is necessary to constantly monitor innovative technical and technological, organizational and scientific methods and tools that are constantly updated. It is also necessary to monitor all subsystems of the energy saving market in order to understand the full picture of it as a whole. Domestic enterprises involved in the field of energy saving need to join the implementation of the most significant innovative and investment projects in this direction.

To date, Ukraine has started importing electricity from neighboring European countries, although it has significant capacity for its own electricity production. Another negative trend has also developed in the energy market of Ukraine. The reserves of coal, which is necessary for the supply of thermal energy, have decreased significantly. Ministries are trying to conclude agreements with other countries for additional supplies, but some countries have refused. So far, the decision has been made to burn expensive natural gas instead of cheaper coal. So, we can state the fact that the energy market of Ukraine now has an unfavorable situation, which should be a prerequisite and impetus for a particularly rapid development of the energy saving market.

We should also note that due to the military conflict and the deliberate destruction of critical infrastructure facilities, the energy market of Ukraine has fallen into decline and is in need of drastic changes.

Key words: *market of energy carriers, energy carriers, supply complex, energy supply complex, alternative energy sources*

Introduction. The state pays considerable attention to energy conservation in Ukraine. In particular, energy saving and energy efficiency have been declared a priority area of state policy in Ukraine. But the policy of energy saving is not developing as quickly as it would be desirable.

The first problem is that the structure of Ukraine's economy is dominated by those industries that are quite energy-intensive. The next problematic issue is that our state has a deficit of its own energy resources and is quite dependent on imported energy resources. Ukraine provides itself with less than 50% of its own energy resources, so it is considered that we have a deficit of energy resources. And in conditions when the prices of energy resources have increased a lot, it can be stated that the competitiveness of domestic producers will decrease on international markets. In addition, the situation with energy prices for Ukraine is threatening not only for the economy, but also for the energy security of the country as a whole.

In view of all the raised problematic issues in the energy sector of Ukraine, there is an urgent and urgent need for constant monitoring of the main domestic and global trends and factors in the energy saving market. Starting with the insulation of buildings and structures and ending with energy saving at enterprises.

Analysis of basic research and publications. The issue of energy saving was reflected in the works of M. A. Voznyuk, V. V. Dzhezhula, G. Dzyan, O. O. Lyakhova, and others.

It should also be noted that today the industry of energy supply is developing very quickly, especially under conditions of military conflict and constant shortage of energy carriers. That is why research is very relevant and timely.

Goal. The purpose of the current study is to consider the features of the energy saving market and identify the main directions of its development.

Research materials and results. The energy saving market is a constituent element of the energy

market of Ukraine, which can be considered as a set of economic relations between producers and consumers regarding the purchase and sale of a specific product, the production of which is based on the principles of rational use and economical consumption of primary and transformed energy and natural resources, which is carried out using use of technical, economic and legal methods [1-4].

Thus, when analyzing the energy saving market, it is advisable to highlight some of its most striking features.

The first and main feature is that the competitive environment of the domestic energy market is highly monopolized. This situation has existed since the time of privatization. The following trends can be traced - the share of "pure monopoly" markets in the sales volume of the fuel and energy complex is 17.2%, with signs of dominance - 64.5%, rigid oligopoly - 0.2%, with a competitive structure - 18.1% [2, 4].

The second feature of the energy market of Ukraine is that traditional energy resources, in particular, oil and gas, hold a significant advantage in the structure of such a market. But considering the fact that our state is import-dependent for traditional energy resources, this is a negative trend. Given the significant increase in natural gas prices for the European Union and Ukraine, it will be very difficult for domestic enterprises to remain competitive on international markets, taking into account the price of natural gas, which is included in the cost of production.

Oil production in 2019 amounted to 3325.1 thousand tons [3, 4], almost 60% of which is provided by Ukrnafta and 20% by Ukragazvydobuvannya [5-8]. Comparing the volumes of domestic production and consumption of this resource, it is worth noting a significant imbalance, since domestic production covers only 50% of needs, the other 50% is covered by imports from the territory of Russia, Belarus and Kazakhstan (40%) and the European Union (11%) [2, 5, 8, 9].

A very similar situation has also developed on the gas market. The volume of own gas production in 2019 was 20,139.2 million cubic meters. m., in the structure of which private companies provide 5% of production, Naftogaz – 5%, Ukranafta – 14%, Ukrgazvydobuvannya – 72% [4]. In general, only about 50% of the needs of the national economy and the population's needs for natural gas supply are covered due to own natural gas production. A positive trend in the natural gas market is that over the past 7 years, Ukraine has partially increased its own production of natural gas, but still these volumes do not fully cover the needs of industry and the population of Ukraine.

The next feature of the energy market of Ukraine is that we have a very high energy intensity of our production and a high energy intensity of GDP, which is a consequence of low energy efficiency, which was 0.63 kg in 2018. p./UAH [5] or about 0.5 kg n. e./dollar USA, which is 3.8 times higher than in the countries of the European Union and 2.5 times higher than the world average [3, 6, 11]. The fact that the Ukrainian economy lacks energy resources of its own extraction at low prices leads to a decrease in the level of competitiveness of domestic products on foreign markets.

Moreover, Ukraine lacks energy resources of its own production and extraction of almost all of them, such as coal, natural gas, electricity, oil.

The last feature of the energy market, which I would like to highlight, is the mostly unsatisfactory technical condition of many energy market facilities, which leads to the deterioration of the energy efficiency of their use, and it is also possible to conclude on the need to expand the energy saving market. In this case, it is advisable to improve the technical condition of almost all objects of the energy market, which should lead to a more economical use of energy, both electrical and from natural fossil sources, from the subsoil.

The degree of wear and tear of the main assets of the fuel and energy complex is 60.7% [2, 7]. The amount of electricity losses in public networks in 2015. amounted to 21.1 billion kWh, or 11.9% of the total supply of electricity to the network. As for the electric energy market, it is expedient to put into operation "smart meters" of electric energy and smart networks. The volume of emissions of harmful substances into the environment is 6,877.3 thousand tons, which is 11.4 tons. calculated per 1 km2 [3, 4, 7]. Undoubtedly, these are very high emission figures in Europe. All these issues were resolved at the summit in Scotland regarding the reduction of harmful emissions into the atmosphere. Ukraine has also undertaken to reduce the level of such emissions.

All the given evidence and facts of irrational use of available energy resources allow us to draw a well-founded conclusion about the feasibility of developing the energy saving segment. If this direction is intensively developed, the need for energy resources will be less for both industry and the population.

Such arguments are confirmed by the forecast data given in the Energy Strategy of Ukraine for the period until 2030, according to which the total energy saving potential in Ukraine under the basic scenario of the development of the economy and its spheres will amount to 318.36 million tons. p. [2, 12]. Provided that the basic scenario of the development of the energy saving market is followed.

Thus, the analysis of the energy market of Ukraine and energy saving makes it possible to conclude that the energy saving market has significant development prospects, potential and the need to improve its functioning. But all the same, this market is currently not developing at the proper pace. According to the State Agency for Energy Efficiency and Energy Saving of Ukraine, 298 subjects of economic relations [9] operate in the energy-saving market, which carry out production or supply in the field of energy-saving, which is 0.029% of the total number of subjects of EDRPOU. Of the total number of entities in the real sector, 97% of manufacturers of energy-saving equipment operate, 1% each in the field of services, construction and housing and communal services, respectively. Given this sectoral affiliation, the specialization of manufacturers is mainly related to alternative energy (33%), development, implementation

and sale of energy-saving systems and equipment (21%), heat supply systems, heating, biofuel (19%), electricity production (5%), technological equipment (5%), building materials (5%), equipment design and installation (2%), machine production (2%), technology development (2%).

Energy saving itself will allow to achieve a synergy effect, combining such positive points as reducing the use of energy resources, increasing the competitiveness of domestic producers on international markets, and significant saving of financial resources by households due to the reduction of the use of all energy resources and the reduction of the negative burden of harmful emissions on the environment environment.

References

1. Аналітична записка. Попит на паливо та енергію в Україні. Шляхи та механізми регулювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.db.niss.gov.ua/docs/energy/133.pdf.
2. Вознюк, М. А. Проблемні аспекти управління процесами енергозбереження на регіональному рівні [Текст] / М. А. Вознюк // Вісник Університету банківської справи Національного банку України : збірник наукових праць. – 2014. – №.1 – С. 175-183.
3. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року [Електронний ресурс] : постанова Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 р. № 385. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3852014-%D0%BF.
4. Державний комітет статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua.
5. Джеджула, В. В. Методичні підходи до оцінки економічної ефективності енергозберігаючих заходів [Текст] / В. В. Джеджула // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. – № 776. – С. 11-16.
6. Дзяна, Г. Соціально-екологічні аспекти енергозбереження та їх вплив на державну політику у цій сфері [Текст] / Г. Дзяна, Р. Дзяний // Ефективність державного управління : збірник наукових праць. – 2010. – Вип. 22. – С. 40-48..
7. Енергозбереження. Методи визначення економічної ефективності заходів по енергозбереженню [Текст] : ДСТУ 2155-93. – [Чинний від 01.01.95]. – К. : Держстандарт України.
8. Ляхова, О. О. Проектне фінансування енергозбереження в Україні [Електронний ресурс] / О. О. Ляхова // Ефективна економіка. – 2012. – №3. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=997.
9. Програма фінансування альтернативної енергетики в Україні (USELF) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uself.com.ua/index.php?L=2.
10. Птащенко О. В. Особливості розвитку високотехнологічного маркетингу // О. В. Птащенко // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. .В. Даля. Випуск 6 (236), науковий журнал. – Сєвєродонецьк, 2017, СУНУ. – с.191-195
11. Птащенко О.В. Використання маркетингових інструментів для забезпечення позиціонування високотехнологічної продукції / О. В. Птащенко // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №4 (19) – 2017. – Харків: ХНАДУ, 2017 – 168 с. (С.147-153)
12. Хантінгтон С. Зіткнення цивілізацій. Проблеми міжкультурної комунікації в сучасному соціумі [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://moluch.ru/archive/89/17982/

References

1. Analitychna zapyska. Popyt na palyvo ta enerhiyu v Ukrayini. Shlyakhy ta mekhanizmy rehulyuvannya [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.db.niss.gov.ua/docs/energy/133.pdf.
2. Voznyuk, M. A. Problemni aspekty upravlinnya protsesamy enerhozberezhennya na rehional′nomu rivni [Tekst] / M. A. Voznyuk // Visnyk Universytetu bankivs′koyi spravy Natsional′noho banku Ukrayiny : zbirnyk naukovykh prats′. – 2014. – №.1 – S. 175-183.
3. Derzhavna stratehiya rehional′noho rozvytku na period do 2020 roku [Elektronnyy resurs] : postanova Kabinetu Ministriv Ukrayiny vid 6 serpnya 2014 r. № 385. – Rezhym dostupu: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3852014-%D0%BF.
4. Derzhavnyy komitet statystyky [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua.
5. Dzhedzhula, V. V. Metodychni pidkhody do otsinky ekonomichnoyi efektyvnosti enerhozberihayuchykh zakhodiv [Tekst] / V. V. Dzhedzhula // Visnyk Natsional′noho universytetu "L′vivs′ka politekhnika". Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukrayini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku. – 2013. – № 776. – S. 11-16.
6. Dzyana, H. Sotsial′no-ekolohichni aspekty enerhozberezhennya ta yikh vplyv na derzhavnu polityku u tsiy sferi [Tekst] / H. Dzyana, R. Dzyanyy // Efektyvnist′ derzhavnoho upravlinnya : zbirnyk naukovykh prats′. – 2010. – Vyp. 22. – S. 40-48..
7. Enerhozberezhennya. Metody vyznachennya ekonomichnoyi efektyvnosti zakhodiv po enerhozberezhennyu [Tekst] : DSTU 2155-93. – [Chynnyy vid 01.01.95]. – K. : Derzhstandart Ukrayiny.
8. Lyakhova, O. O. Proektne finansuvannya enerhozberezhennya v Ukrayini [Elektronnyy resurs] / O. O. Lyakhova // Efektyvna ekonomika. – 2012. – №3. – Rezhym dostupu: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=997.
9. Prohrama finansuvannya al′ternatyvnoyi enerhetyky v Ukrayini (USELF) [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.uself.com.ua/index.php?L=2.
10. Ptashchenko O. V. Osoblyvosti rozvytku vysokotekhnolohichnoho marketynhu // O. V. Ptashchenko // Visnyk Skhidnoukrayins′koho natsional′noho universytetu im. .V. Dalya. Vypusk 6 (236), naukovyy zhurnal. – Syeverodonets′k, 2017, SUNU. – s.191-195
11. Ptashchenko O.V. Vykorystannya marketynhovykh instrumentiv dlya zabezpechennya pozytsionuvannya vysokotekhnolohichnoyi produktsiyi / O. V. Ptashchenko // Problemy i perspektyvy rozvytku pidpryyemnytstva: Zbirnyk naukovykh prats′ Kharkivs′koho natsional′noho avtomobil′no-dorozhn′oho universytetu. – №4 (19) – 2017. – Kharkiv: KHNADU, 2017 – 168 s. (S.147-153)
12. Khantinhton S. Zitknennya tsyvilizatsiy. Problemy mizhkul′turnoyi komunikatsiyi v suchasnomu sotsiumi [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: https://moluch.ru/archive/89/17982/

Зима О.Г., Родіонов С.О. Особливості формування та розвитку ринку енергозбереження

У статті розглянуто основні особливості ринку енергозбереження. Виявлено основні напрями розвитку ринку енергозбереження, а також здійсненно аналіз сучасного стану ринку енергоносіїв для виявлення основних тенденцій подальшого його розвитку.

На сьогоднішній день поки що відсутнє комплексне відстеження та синтез всіх процесів щодо моніторингу ринку енергозбереження. Та відсутні ефективна державна програма загального моніторингу енергетичного сектору та ринку енергозбереження. Зважаючи на те, що це є сфери, які мали б доповнювати одна одну, їх необхідно розглядати та аналізувати разом. Саме така ситуація негативно відображається на стані енергетичного ринку в Україні на сучасному етапі.

Необхідно здійснювати постійний моніторинг тенденцій розвитку ринку енергозбереження, зокрема, необхідно постійно відстежувати інноваційні техніко-технологічні, організаційні та наукові методи та засоби, які постійно актуалізуються. Також необхідно відстежувати всі підсистеми ринку енергозбереження для розуміння повної картини його в загальному підсумку. Вітчизняним підприємствам, які задіяні в сфері енергозбереження необхідно долучатися до реалізації найбільш значущих інноваційних та інвестиційних проектів в даному напрямку.

На сьогоднішній день, Україна розпочала імпорт електричної енергії з сусідніх європейських країн, хоча має значні потужності для власного виробництво електричної енергії. Також на енергетичному ринку України зараз склалася ще одна негативна тенденція. Значно скоротилися запаси вугілля, яке необхідно для подачі теплової енергії. Міністерства намагаються заключати договори з іншими країнами щодо додаткового постачання, але деякі країни відмовили. Поки що прийнято рішення щодо спалювання замість дешевшого вугілля, спалювати дорогий природний газ. Отже, можна констатувати той факт, що на енергоринку України зараз склалася несприятлива ситуація, що повинно бути передумовою та поштовхом особливо бурхливого розвитку ринку енергозбереження.

Також зазначимо, що через військовий конфлікт та знайні руйнування об'єктів критичної інфраструктури енергетичний ринок країни впав в занепад та потребує кординальних змін.

Ключові слова: *ринок енергоносіїв, енергоносії, комплекс забезпечення, комплекс енергозабезпечення, альтернативні джерела енергії*

Зима Олександр Григорович - к.е.н., професор кафедри туризму ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
Родіонов Сергій Олександрович - к.е.н., доцент кафедри маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

Стаття подана 12.10.2022.

DOI: https://doi.org/10.33216/1998-7927-2022-274-4-14-19

УДК 336.28

COMPONENT STRATEGIES OF FOREIGN ECONOMIC DEVELOPMENT

Imnadze I.N.

СКЛАДОВІ СТРАТЕГІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Імнадзе І.Н.

The main components of the foreign economic development strategy are considered in the article.
The success of the enterprise's foreign economic activity depends on a large number of internal reserves and external factors, among which the choice of the enterprise's foreign economic development strategy plays a significant role.
The foreign economic development strategy of the enterprise is one of the components of the general strategy of the enterprise and is an action plan of the enterprise, which is directly related to entering the foreign market and winning the desired market share, expanding and maintaining the desired competitive position on it. And it is also a set of management decisions regarding the narrowing of the entire set of possible foreign economic actions of the enterprise to the set of the most effective from the point of view of the long-term goals formulated in the general strategy of the enterprise.
Strategic development of the enterprise is a mandatory provision in the formation of increasing the competitiveness of the enterprise on the market and optimization of its activities.
Understanding strategy as a plan of actions allows enterprises to decide on the main types of actions to enter foreign economic markets and to consolidate their position on these markets. On the other hand, the understanding of strategy as a general direction of development in foreign economic activity requires coordination of this type of strategy with the general choice of all existing directions, therefore it is important to determine its economic essence.
Thus, it is possible to draw conclusions regarding the disclosure of the essence of the concept of f'oreign economic development strategy"- a clearly defined sequence of actions in the process, which is based on a functional approach in interaction with systemic, situational and process approaches to the management of the enterprise's foreign economic activities, aimed at the development and implementation of the foreign economic strategy activities as part of the general strategy of the enterprise based on its respective capabilities and taking into account the changes occurring in the external and internal environment for effective functioning, increasing the level of competitiveness and development in general.
Keywords*: globalization, market, enterprise strategies, market strategies, development strategies.*

Introduction. In today's world of intensive growth of world trade, the development of globalization processes and other processes of international exchange, thanks to which the world economy becomes more open and integrated, a large number of domestic enterprises pay special attention to the development of foreign markets for goods, labor and capital.

In order to activate the development of international business, it is necessary to form a strategy for the development of foreign economic activity, since its implementation will allow to respond flexibly to unstable conditions of the external environment and strengthen competitiveness. Currently, the problem of developing the foreign economic strategy of the enterprise is relevant, because the modern commercial world needs radically new standards, stages of organizing international cooperation and management methods.

Due to globalization and the international division of labor, which unify and integrate the activities of economic entities, the development of enterprises is taking place all over the world. As a result, economic integration and transformation is taking place on regional, state and world markets, i.e. there is a division of labor between business entities, the movement of material, financial and labor resources, the convergence of countries and the penetration of information technologies.

Analysis of basic research and publications. The problems of enterprise strategy formation were reflected in the works of such scientists as I. Ansoff, A. Galchynskyi, V. Geets, B. Karlof, V. Kopytko, J. Quinn, O. Kuzmin, G. Mintzberg, O. Moroz, A. Nalivayko, A. Slivotskyi, A. J. Strickland, A. Thompson, J. Petrovych, M. Porter, A. Chandler, N. Chukhrai, and others.

Such domestic and foreign scientists as I. Bagrova, L. Batchenko, V. Vlasyuk, V. Hrynyova, A. Gradov, M. Didkivskyi, O. Kireev, O. Kyrychenko dealt with issues of the development of the enterprise's foreign economic activity and the peculiarities of its strategic

planning. Yu. Kozak, V. Kozik, A. Kredisov, L. Lipych, Yu. Makogon, O. Melnyk, A. Mokii, V. Novytskyi, L. Strovskyi, I. Faminskyi, T. Tsygankova, O. Chugai, I. School, etc.

At the same time, it should be noted that due to the rapid development of globalization processes today, the issue of existence, formation and trends of strategic development of enterprises is relevant.

Goal. The purpose of the work is to study the strategic components of the enterprise's development in the global economic environment.

Research materials and results. Analyzing this problem of strategic management, the effectiveness of foreign economic activity depends on how correctly planned and organized the process of entering the world market is in the long term. To solve the problems of strategic management of the subject's foreign economic activity, it is necessary to take into account the type and stage of development of the enterprise, as well as the features of the region in which it is located.

For organizations operating in the foreign market, it is necessary to correctly assess the environment in which it will work and find the necessary ways to increase competitiveness that would correspond, first, to the given market situation and trends in its development, and, second, to the characteristics of one's own production

There are advantages of using strategic management of foreign economic development for an enterprise in the conditions of globalization processes of the world economy [3-7]:

minimizing the risks of negative factors of the dynamic international environment;

quick reaction to unpredictable changes that correspond to the conditions of the external environment;

promotion of professional development of managers and specialists;

rational use of resource potential;

responsibility of employees;

encouraging employees to actually implement the management decisions made in the long term;

increasing the coordination of actions.

The success of the organization's foreign economic activity depends on many internal (organization of the management of the enterprise's foreign economic activity; information support; planning of export production; accounting and analysis of foreign trade supplies; personnel potential) and external factors (economic, political, legal, demographic, socio-cultural and scientific and technical), which , in turn, form the export potential, which is the basis for developing a strategy.

All the factors listed above make up the foreign economic potential of the enterprise, which serves as the basis for developing a strategy for the development of foreign economic activity.

Foreign economic activity as a process is a complex chain of actions - from the search (origin) of a business idea to its implementation in a specific project of an enterprise, organization, firm, which will make it possible to manufacture the necessary goods, perform work and provide services that will be competitive on international markets. The positive result of this process depends on the goal that the company sets for itself. It is this process that should be reflected in the strategy for the development of foreign economic activity.

Before the implementation of any action plan, which is provided for by the development strategy, it is necessary to analyze and evaluate the real situation today. This is necessary because you cannot plan for the future without having a clear idea of what state the organization is in and what strategies it is implementing. As for foreign economic activity, this stage involves the calculation of a list of economic indicators, which will allow to determine the export potential of the enterprise and, after analyzing the actions carried out by the enterprise, to classify them as one of the existing strategies. This will help to find out whether further actions in the direction of the existing strategy will lead to development; is it possible to achieve development by changing target orientations; whether it is necessary to completely change the set of actions.

The list of Ukrainian enterprises that already operate in foreign markets is facing a dilemma: whether to expand their own foreign economic activity or, on the contrary, to reduce it. The answer to this question depends on what goals the enterprise set for itself at the stage of the release of its products to international markets, and what strategy was chosen as the primary one.

Therefore, it is necessary to start with the analysis of existing strategies. That is, it is necessary to determine what strategy the company used at the stage of entering foreign markets.

To find out the current strategy, according to the theory of A. A. Thompson and A. J. Strickland, there are five external and internal factors that must be evaluated in order to understand the strategy being implemented [8-10,13-14].

The external factors include: the size of the enterprise and the degree of diversity of the products produced, the diversification of the firm; the general character and nature of the firm's latest acquisitions and its sale of its part of the property; the structure and focus of the company's activity over the last period; the opportunities that the firm has recently focused on; relation to external threats.

The internal factors include: whole firms; resource allocation criteria, formed structure of capital investments from manufactured products; relation to financial risk both on the part of the management and to the actual practice and implementation of financial policy; the level and degree of concentration of efforts in the field of R&D; strategies of individual functional areas (marketing, personnel, production, finance, scientific research and development).

If the strategy meets the company's goals, then the compliance of the chosen strategy with the requirements of the environment is determined; potential and

capabilities of the company; acceptability of the risk embedded in the strategy.

The above methodology does not sufficiently provide analysis of the strategy of foreign economic development. In order to analyze the relevant strategies, it is necessary to take into account a number of factors that will definitely have an impact on both the current state of foreign economic activity and its development.

O. A. Kyrychenko claims that the management of the enterprise's foreign economic activity depends not only on influencing factors, but also on the methods of entering the foreign market, namely the department of foreign economic relations; subsidiary sales enterprise; intermediary [9]. In addition, it is necessary to take into account the method of entering foreign markets: export; joint business activity; direct investment strategy.

Applying the export strategy, the company manufactures its goods in its own country, offering them for export. The advantages of this method are as follows: minimal changes in the company's product range, its structure; minimization of investment costs and current financial obligations; reducing the risk of market entry and exit.

The company's strategy of entering foreign markets through the creation of joint ventures is based on combining its efforts with the resources of commercial enterprises of the partner country in order to create production and marketing capacities. International marketing distinguishes four types of SPD: licensing; contract manufacturing; contract management; jointly owned enterprises.

The strategy of direct investment consists in the fact that in the process of conducting foreign trade, over time, the enterprise establishes its own production branches abroad for the production of goods of foreign economic activity [1,5,8,9,11]. This strategy cannot be considered as a strategy of entering foreign markets, since it has broader strategic goals, and the transfer of production facilities outside the state can become the ultimate goal of the foreign economic development strategy.

In most works, the question of the strategy of entering foreign markets is reduced to one of the marketing strategies, which consist in the fact that the promotion of goods is carried out at the expense of low prices, which in practice caused anti-dumping investigations against Ukrainian exporters in European markets.

On the basis of the general goal of the enterprise, unit goals are formed, which specify and detail the tasks of structural units.

According to Ansoff's matrix, the following can be attributed to the strategic goals of the development of foreign economic activity: promotion of the company's existing goods to new markets; increase in sales volume and market share of the enterprise; development of a new product for existing market segments; access to new foreign markets with existing products (diversification of sales markets); transfer of production capacities to foreign sales markets [6, 3].

At the third stage, the external environment is analyzed. Dynamic processes of change are constantly taking place in the external environment, something disappears, something appears. One part of these processes opens up new opportunities for the enterprise, creates favorable conditions for them. The other part, on the contrary, creates additional difficulties and limitations. Therefore, during strategic planning, studying the external environment, it is necessary to find out what threats and what opportunities the external environment and the firm's strengths and weaknesses hide, in addition, the connections between them are investigated, which in the future can be used to determine company strategies. To solve these problems, methods of environmental analysis have been developed, for example, the SWOT method, which allows you to study the external and internal environment.

Assessing the company's opportunities in foreign markets is of particular importance with Ukraine's entry into the World Trade Organization. This is due to the growth of competition in the domestic market and new opportunities for domestic IT products to go beyond the national market.

The best situation for the enterprise will be when the favorable opportunities of the external environment coincide with the strengths of the enterprise. Conversely, threats from the surrounding environment, imposed on the company's weaknesses, create prerequisites for a crisis situation and the impossibility of continuing business. The business entity, taking into account various ratios of external and internal factors, forms the main strategic directions of the enterprise and adjusts all the enterprise's activities accordingly. The advantages that the company has should play a decisive role in the formation of the strategy. Depending on the available competitive advantages, all enterprises can be divided into two groups: strong and weak. Their approach to strategy formation is different.

The policy of strong enterprises boils down to the following: maximum use of the advantages of their leadership position, strengthening of positions; deployment of business in new types of activities for the company, in case of decline of which, it is necessary to bet on diversification. The weak must choose strategies that lead to their growth.

In general, external analysis includes: analysis of the supplier market; analysis of the sales market; analysis of the market of financial resources; analysis of the purchasing power of the product market; industry analysis; analysis of the technological sphere; analysis of the socio-political situation; definition and analysis of competitors.

At the stage of evaluating the organization's capabilities in foreign markets, the subject of analysis is the enterprise's export potential. In turn, the following are the objects of such analysis: the expected dynamics of the volume of foreign economic activity; expediency of reorientation to new sales markets; operating

conditions in the new environment and the expediency of reducing it in traditional areas and market segments.

A. I. Ilyin notes that the process of analyzing strategic alternatives can be considered the "heart of strategic planning", since it is used to make decisions about how the firm will achieve its goals and implement the corporate strategy. To make an effective strategic choice, it is necessary to have a clear concept that will be shared by all employees. The strategic choice must be unambiguous [10,12].

The strategy of foreign economic activity is part of the corporate strategy of the company's development, so there are not many alternatives for achieving goals. Alternatives to achieving the company's mission in foreign markets may be the omission of one of the goals or a change in the execution of a certain sequence of goal achievement.

Only the implementation of a real plan will lead the enterprise to success. Very often, companies are unable to implement the chosen strategy. The reasons for this are as follows: incorrectly performed analysis and erroneous conclusions; unpredictable changes in the external environment; inability of the enterprise to involve its internal potential in the implementation of the strategy

After the formation of the company's strategy, its implementation or as a result of the decision to change strategic directions and goals, it is necessary to evaluate it. It is carried out in the form of an analysis of how decisive factors are taken into account during its formation. The results of the assessment make it possible to determine whether the chosen strategy will lead the firm to achieve its goals.

Conclusion. Without goals, priorities, plans and assessments, the company is unlikely to understand what is the ultimate goal of development and the global mission as a whole. In a complex, chaotic environment, the number of favorable opportunities is limitless. Without having established goals and objectives, it is difficult to evaluate existing alternatives. Without defined priorities, it is impossible to predict how available resources will be distributed among new areas of activity. In the absence of plans, it will be difficult to manage the actions of those working in different directions. Without analysis and evaluation, it will be impossible to establish which areas are developing successfully and which will lead to collapse.

On the other hand, today there is a need for constant operational intervention in the adopted strategic plan, which should be reflected in marketing programs; renewal of information about the actions of competitors, consumer demand, changes in the global situation; analysis of financial and material flows; study and analysis of changes and prospects for market development within the national economy and beyond.

Література

1. Hinner M. B. The importance of intercultural communication in globalized world / M. B. Hinner. – 1998. – Mode of access : http://www.bwl.tu-Freiburg.de/english/forschung/Global/pdf
2. Too much of a good thing [Электронный ресурс]. URL: http://www.economist.com/news/brief- ing/21695385-profits-are-too-high-america-needs-gi- ant-dose-competition-too-much-good-thing
3. Tyson L., Manyika J. Putting Profits in Perspective [Электронный ресурс]. URL: https:// www.project-syndicate.org/commentary/profits-com- petition-digital-economy-by-laura-tyson-and-james- manyika-2016-05?barrier=true
4. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. : Питер Ком, 1999. – 416 с.
5. Божкова В. В. Трансформації інструментарію маркетингових комунікацій в умовах глобалізації / В.В. Божкова, О.В. Птащенко, Л. Ю. Сагер, Л. О. Сигида // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2018, № 1 – С. 73-82 (електронна версія Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/
6. Високі технології в умовах євроінтеграції: обмеження чи можливості / В. Грига, О. Крижанівська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.eurointegration.com.ua/articles/2015/11/5/7040254.
7. Загорна Т. О. Конкурентоспроможність фірми в системі стратегічного маркетингу / Т. О. Загорна // Торгівля і ринок України. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2000. – Вип. 11. – Т. 1. – С. 87 – 91.
8. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. / О. А. Кириченко. – К. : Знання-Прес, 2002. – 384 с.
9. Кісь О. П. Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук : 08.06.01 / О. П. Кісь. – Х. : ХНЕУ, 2005. – 21 с.
10. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер; под ред. С. Г. Божук [пер. с англ.]. – [2-е изд.]. – СПб. : Питер, 2006. – 464 с.
11. Птащенко О., Чернобай, Л., Малихіна, С., Верезомська І., & Яремчук, С. (2022). ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНСЬКІЙ БІЗНЕС-ПРАКТИЦІ. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice, 1(42), 406–414. https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.42.2022.3661, https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3661
12. Птащенко О.В. Використання маркетингових інструментів для забезпечення позиціонування високотехнологічної продукції / О. В. Птащенко // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №4 (19) – 2017. – Харків: ХНАДУ, 2017 – 168 с. (С.147-153)
13. Птащенко О.В., Куценко К.І. Використання стратегічного маркетингового інструментарію в межах торговельного співробітництва. Вісник Східноукраїнського національного університету ім. .В. Даля. Випуск 3 (267), науковий журнал. – Сєвєродонецьк, 2021, СУНУ. – с.141-144 DOI: https://doi.org/10.33216/1998-7927-2021-267-3-141-144
14. Птащенко, О., А. Пастушенко, І. Імнадзе, і А. Солдатова. «Тенденції розвитку глобальних ринків в умовах цифровізації». ВІСНИК СХІДНОУКРАЇНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО

УНІВЕРСИТЕТУ імені В. Даля, вип. 6 (270), Листопад 2021, с. 125-8, doi:10.33216/1998-7927-2021-270-6-125-128. http://visnik.snu.edu.ua/index.php/VisnikSNU/issue/view/26
15. Хантінгтон С. Зіткнення цивілізацій. Проблеми міжкультурної комунікації в сучасному соціумі [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://moluch.ru/archive/89/17982/
16. Центр комунікативних трансформацій. – Києво-Могилянська академія : [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.ukma.edu.ua/index.php/science/tsentri-ta-laboratoriji/tsentrkomunikativnikh-transformatsi

References

1. Hinner M. B. The importance of intercultural communication in globalized world / M. B. Hinner. – 1998. – Mode of access : http://www.bwl.tu-Freiburg.de/english/forschung/Global/pdf
2. Too much of a good thing [Élektronnyў resurs]. URL: http://www.economist.com/news/brief- ing/21695385-profits-are-too-high-america-needs-gi- ant-dose-competition-too-much-good-thing
3. Tyson L., Manyika J. Putting Profits in Perspective [Élektronnyў resurs]. URL: https:// www.project-syndicate.org/commentary/profits-com- petition-digital-economy-by-laura-tyson-and-james- manyika-2016-05?barrier=true
4. Ansoff Y. Novaya korporatyvnaya stratehyya / Y. Ansoff. – SPb. : Pyter Kom, 1999. – 416 s.
5. Bozhkova V. V. Transformatsiyi instrumentariyu marketynhovykh komunikatsiy v umovakh hlobalizatsiyi / V.V. Bozhkova, O.V. Ptashchenko, L. YU. Saher, L. O. Syhyda // Marketynh i menedzhment innovatsiy, 2018, № 1 – S. 73-82 (elektronna versiya Rezhym dostupu: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/
6. Vysoki tekhnolohiyi v umovakh yevrointehratsiyi: obmezhennya chy mozhlyvosti / V. Hryha, O. Kryzhanivs′ka [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.eurointegration.com.ua/articles/2015/11/5/7040254.
7. Zahopna T. O. Konkupentosppomozhnist′ fipmy v systemi stpatehichnoho mapketynhu / T. O. Zahopna // Tophivlya i pynok Ukpayiny. – Donets′k : DonDUET, 2000. – Vyp. 11. – T. 1. – S. 87 – 91.
8. Kyrychenko O. A. Menedzhment zovnishn′oekonomichnoyi diyal′nosti: navch. posib. / O. A. Kyrychenko. – K. : Znannya-Pres, 2002. – 384 s.
9. Kis′ O. P. Formuvannya stratehiyi zovnishn′oekonomichnoyi diyal′nosti pidpryyemstva: avtoref. dys. kand. ekon. nauk : 08.06.01 / O. P. Kis′. – KH. : KHNEU, 2005. – 21 s.
10. Kotler F. Marketynh menedzhment. Ékspress-kurs / F. Kotler; pod red. S. H. Bozhuk [per. s anhl.]. – [2-e yzd.]. – SPb. : Pyter, 2006. – 464 s.
11. Ptashchenko O., Chernobay, L., Malykhina, S., Verezoms′ka I., & Yaremchuk, S. (2022). PROBLEMY TA PERSPEKTYVY ZASTOSUVANNYA STRATEHIY UPRAVLINNYA PERSONALOM MIZHNARODNYKH KOMPANIY V UKRAYINS′KIY BIZNES-PRAKTYTSI. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice, 1(42), 406–414. https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.42.2022.3661, https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3661
12. Ptashchenko O.V. Vykorystannya marketynhovykh instrumentiv dlya zabezpechennya pozytsionuvannya vysokotekhnolohichnoyi produktsiyi / O. V. Ptashchenko // Problemy i perspektyvy rozvytku pidpryyemnytstva: Zbirnyk naukovykh prats′ Kharkivs′koho natsional′noho avtomobil′no-dorozhn′oho universytetu. – №4 (19) – 2017. – Kharkiv: KHNADU, 2017 – 168 s. (S.147-153)
13. Ptashchenko O.V., Kutsenko K.I. Vykorystannya stratehichnoho marketynhovoho instrumentariyu v mezhakh torhovel′noho spivrobitnytstva. Visnyk Skhidnoukrayins′koho natsional′noho universytetu im. .V. Dalya. Vypusk 3 (267), naukovyy zhurnal. – Syeverodonets′k, 2021, SUNU. – s.141-144 DOI: https://doi.org/10.33216/1998-7927-2021-267-3-141-144
14. Ptashchenko, O., A. Pastushenko, I. Imnadze, i A. Soldatova. «Tendentsiyi rozvytku hlobal′nykh rynkiv v umovakh tsyfrovizatsiyi». VISNYK SKHIDNOUKRAYINS′KOHO NATSIONAL′NOHO UNIVERSYTETU imeni V. Dalya, vyp. 6 (270), Lystopad 2021, s. 125-8, doi:10.33216/1998-7927-2021-270-6-125-128. http://visnik.snu.edu.ua/index.php/VisnikSNU/issue/view/26
15. Khantinhton S. Zitknennya tsyvilizatsiy. Problemy mizhkul′turnoyi komunikatsiyi v suchasnomu sotsiumi [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: https://moluch.ru/archive/89/17982/
16. Tsentr komunikatyvnykh transformatsiy. – Kyyevo-Mohylyans′ka akademiya : [Elektronnyy resurs]. Rezhym dostupu: http://www.ukma.edu.ua/index.php/science/tsentri-ta-laboratoriji/tsentrkomunikativnikh-transformatsi

Імнадзе І.Н. Складові стратегії зовнішньоекономічного розвитку

У статті розглянуто основні складові стратегії зовнішньоекономічного розвитку.

Успішність зовнішньоекономічної діяльності підприємства залежить від великої кількості внутрішніх резервів та зовнішніх чинників, серед яких визначну роль відіграє вибір стратегії зовнішньоекономічного розвитку підприємства.

Стратегія зовнішньоекономічного розвитку підприємства є однією зі складових загальної стратегії підприємства та являє собою план дій підприємства, який безпосередньо пов'язаний з виходом на зовнішній ринок та завоюванням бажаної частки ринку, розширенням і підтриманням бажаної конкурентної позиції на ньому. А також – це комплекс управлінських рішень щодо звуження всієї множини можливих зовнішньоекономічних дій підприємства до сукупності найбільш ефективних з точки зору довгострокових цілей, сформульованих у загальній стратегії підприємства.

Стратегічний розвиток підприємства це обов'язкове положення при формування підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку та оптимізації його діяльності.

Розуміння стратегії як плану заходів дозволяє підприємствам визначитися з основними видами дій щодо виходу на зовнішньоекономічні ринки і по закріпленню своєї позиції на цих ринках. З іншого боку розуміння стратегії як загального напрямку розвитку у зовнішньоекономічній діяльності вимагає узгодження даного виду стратегії із загальним вибором всіх існуючих напрямків, тому важливо визначитися з її економічною сутністю.

Таким чином, можна зробити висновки щодо розкриття сутності поняття «стратегія

зовнішньоекономічного розвитку» – чітко визначена послідовність дій в процесі, яка базується на функціональному підході у взаємодії з системним, ситуаційним та процесним підходами до управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, спрямована на розробку та реалізацію стратегії зовнішньоекономічної діяльності у складі загальної стратегії підприємства виходячи з його відповідних можливостей та з урахуванням змін, що відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищі для ефективного функціонування, підвищення рівня конкурентоспроможності та розвитку в цілому.

Ключові слова: *глобалізація, ринок, стратегії підприємства, ринкові стратегії, стратегії розвитку*

Імнадзе Іраклій Ніазович – аспірант кафедри міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

Стаття подана 10.10.2022.

DOI: https://doi.org/10.33216/1998-7927-2022-274-4-20-24

УДК 658.152

CONTROLLING MEASURES FOR THE COMPANY'S SUSTAINABLE DEVELOPMENT STRATEGY IMPLEMENTATION

Klius Y.I., Vodyanyk R.V., Striuk O.S.

КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ ЩОДО РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Клюс Ю.І., Водяник Р.В., Стрюк О.С.

Innovative activity contributes to the achievement of dynamic and static stability of industrial enterprise development. Strategic planning in the field of innovation is the main element of sustainable development, increasing the competitiveness and efficiency of the enterprise in market conditions. In our opinion, the concept of "sustainable development"should include not only a dynamic, but also a static component (according to one of the proposed principles). Basically, sustainable development is perceived as development that allows obtaining various benefits (ecological, economic, social, prospective) both in the present and in the future; that is, a kind of system that is constantly replenished. We certainly agree with this approach. However, the second (static) component is often not taken into account, which is an unacceptable oversight, since not only the principle of reproduction is important in sustainable development, but also the principle of balanced development of the enterprise as a system, that is, the principle of balanced development of its elements. In the modern conditions of economic development, there are many effective ways and methods of forming development strategies: analytical, research-experimental, forecasting methods, economic, social-psychological, administrative, etc. The most promising methods, in our opinion, are portfolio methods (based on the construction of matrices), intuitive methods (especially relevant in conditions of lack of information), program-target methods and methods of mathematical modeling. As noted, the sustainable development of an industrial enterprise on an innovative basis is achieved by balancing the state of the ecological, social and economic system in the present and its development in the future. Therefore, the company should conduct an adapted SWOT analysis in view of these areas. The process of monitoring the implementation of the company's sustainable development strategy consists of three main stages: evaluation of the company's work; comparing the quality of his work with existing standards; corrective processes invested in ensuring the implementation of the intended. It should not be forgotten that the listed stages are the most general components of the entire process of organizational control. More specific types of organizational control (for example, output control, inventory control, strategy implementation control, and quality control) are based on these stages, but they have correspondingly more specific requirements.

***Keywords**: strategic management, innovative activity, budgeting, tactics, policy, procedures*

Introduction. Industrial enterprises supply other industries with the necessary equipment and tools. This is a platform for the introduction of new innovative technologies; serves as an impetus for the development of educational services and the emergence of new educational programs demanded by industry; provide jobs, contributing not only to the growth of employment, but also to the growth of the staff's professional qualities. Therefore, in order for industrial enterprises to function effectively and in a balanced way, bringing the general economic benefit not only in the present, but also in the future, an appropriate mechanism is needed - a sustainable development strategy. Sustainable development has recently been studied at all levels: socio-economic programs and concepts for the development of both individual enterprises and regions, and the country as a whole are being developed. In this regard, and also considering the economy innovative orientation proclaimed by the country's leadership, the methodological apparatus of sustainable innovative development of the enterprise is very relevant.

Analysis of basic research and publications. Many works of domestic and foreign scientists are devoted to the problems of industrial enterprise development [1-6]. This is because industry is the leading branch of the national economy. Both the well-being of regions and the country as a whole, as well as the possibility of development of other industries, depend on the level of industrial development. The issue of sustainable development of industrial enterprises in Ukraine has recently begun to receive the most careful attention in connection with such factors as increased

global competition, deterioration of the environmental situation, the announcement of a course on innovative economic development, and the desire to increase the share of manufacturing industries [5].

Therefore, the **goal** of the article is to consider the characteristics of effective control over the implementation of the company's sustainable development strategy and to develop effective measures for its improvement.

Materials and results of the study. Control is an important part of the work of any manager and is to ensure the implementation of planned actions. For example, if an enterprise plans to meet the growing demand for its products and achieve a 15% increase in net profit, then control will consist of monitoring the activities of the organization and adjustment methods aimed at ensuring that the net profit of the organization actually increases by 15%.

Below are the characteristics of effective control over the implementation of the enterprise's sustainable development strategy.

1. Integration – implementation of the control systems that correspond to organizational plans.

2. Objectivity — obtaining detailed information.

3. Thoroughness – providing complete and correct information.

4. Timeliness — providing information when it is needed.

5. Flexibility — introduction of such control systems that coordinate changes inside and outside the enterprise.

Let us take a closer look at each of them.

Primarily, the system for monitoring the implementation of the company's sustainable development strategy must be integrated into the overall enterprise system. Control and planning systems must be carefully coordinated and integrated in order to work well.

The mechanisms involved in achieving integration are quite simple. Managers must consider all significant elements of control as they are involved in planning, strategy, and tactics for establishing additional controls. Similarly, the results obtained by the system of monitoring the implementation of the company's sustainable development strategy provide useful information for the next planning cycles. If managers consider all these considerations, a well-integrated control system will permeate the entire enterprise.

The second characteristic of effective control systems is objectivity. This means that the system for monitoring the implementation of the company's sustainable development strategy must use and receive detailed information that can be verified.

Of course, the manager must be able to see "above" the numbers. A great job on cutting production costs can be done, but closer inspection reveals that poor-quality raw materials are used, workers are forced to work overtime, and reports are falsified. The control system over the implementation of the enterprise's sustainable development strategy should be more objective, but should not be so dependent on calculations and figures that the manager loses control over what is actually happening according to his reports.

It is obvious that the control system over the implementation of the sustainable development strategy of the enterprise must be carefully developed in order to work effectively. If it provides inaccurate information, it can do more harm than good. Therefore, managers need to take all kinds of precautions when checking the accuracy of the information they receive through the control system for the company's sustainable development strategy implementation.

It is also very important that the information coming through the control system is timely. This means that the manager must receive information when he needs it. Timeliness does not always mean speed, but that information should reach the manager as needed.

Thus, the need for timeliness comes from uncertainty: the more uncertain the situation, the greater the need for timely information. When a new product is launched, a manager may need weekly sales reports, but the same information for an established product may only be needed weekly or monthly.

And, finally, the control system for the implementation of the company's sustainable development strategy should be flexible, that is, it should be able to adapt to changes inside and outside the company. Let's assume that the control system is designed to manage information about the raw materials that go into the production of the company's products. For example, new technologies allow the enterprise to produce the same products in the same volume with 50% of raw materials. If the control system is inflexible, then managers will have to scrap the entire system and develop a new one, while a flexible control system will be able to adapt to the changed situation.

Therefore, the following features are the effective control systems characteristic: they are integrated with other enterprise systems and form a single whole with them; objective, accurate and flexible; provide timely control.

In order to control the implementation of the sustainable development strategy of the enterprise, the manager must foresee the consequences of each of his actions. Only in this case, he can determine whether it is going according to plan and make the necessary changes in the activities of the enterprise in order to achieve the desired results. Since control is carried out to ensure the implementation of the intended plans, the manager must accurately represent what was really planned.

The process of controlling the implementation of the company's sustainable development strategy consists of three main stages: company's performance assessment; matching the quality of its work with existing standards; corrective processes aimed at ensuring the implementation of the intended. It should not be forgotten that these stages are the most common components of the entire process of organizational control. More specific organizational controls (e.g., output control, inventory control, strategy control, and property control) are based on these steps, but are subject to more specific requirements accordingly.

Dynamic changes in the conditions for the functioning of the business environment require more active control systems for the implementation of the enterprise's sustainable development strategy, which could evaluate the activities of the enterprise in many dimensions.

In order to compete successfully, enterprises need not only to evaluate their activities in terms of how they meet modern requirements for the production of products and services, but they must also:

to predict the effect that produced goods or services will provide, as well as to direct resources to the production of such goods or the production of such services, which are characterized by a greater probability of success;

evaluate and monitor consumer preferences for products produced today (services);

actively respond to consumer requests or preferences;

identify quality assessment with the help of consumers;

to detail the criteria for evaluation and determination of quality;

to quickly respond to changes in economic conditions and the state of the environment;

determine the period of creation of a new product or service or plan the existing assortment of products or services so that they meet consumer demands;

constantly monitor the effectiveness of the staff;

train employees in new procedures and technologies or train them in several related specialties;

to constantly improve services or manufactured products.

Strategy implementation is an action-oriented practical administrative activity that includes organization, financial planning, policy implementation, and creation of motivation, cultural conditions and management methods, that is, everything that contributes to the achievement of selected goals. The emergence of new circumstances calls for corrective actions, and this process is continuous.

The task of implementing the strategy is the most difficult and time-consuming part of strategic management, relating to all levels of management. While strategy development is business related and more of an analytical process, strategy implementation is primarily about managing business processes and people [4]. If the development of a strategy is primarily an entrepreneurial activity, its implementation is an internal administrative activity.

Once the strategic choice is made, the developed strategy must be translated into concrete actions and then into results. After choosing the main general strategy, it must be implemented by combining it with other organizational functions. Tactics, policies, procedures and rules are the main components of linking strategy with actions for its implementation [5].

Tactics, like strategy, was originally a military term meaning the maneuvering of forces to achieve certain goals. From the perspective of the company's management, tactics are decisions about how resources should be allocated to achieve strategic goals. In other words, tactics are the way to win. If the main question of strategy is "what does the company want to achieve?", then tactics is focused on "how to achieve it". Accordingly, the main difference between strategy and tactics is the difference between ends and means. For example, increasing market share is a strategy, and aggressive advertising aimed at product promotion is a tactic. Tactics are developed as well as strategies, and mostly by mid-level managers. Tactics are designed for a shorter time than strategy.

Policy formulated by senior management is a general guide for action and decision-making that facilitates the achievement of strategic goals. It can be considered as an internal company code of laws that determines the direction in which decisions can be made and actions can be taken. The policy directs the company's actions to achieve its goals or tasks. The policy is developed by the top managers of the enterprise and is valid for a long time. It can change with a change in strategy. As a rule, a change in strategy necessitates some changes in the techniques and methods of work and management within the company.

Procedures are programmed decisions that describe the sequence of actions to be taken in situations that tend to be repetitive. Management, by developing standardized guidelines, uses positive experience and thereby saves time (no need to repeat the analysis) and warns against errors.

A rule differs from a procedure. A rule is designed for a specific issue and determines what should be done in a specific single situation. Managers use rules when achieving goals requires the guaranteed specific actions in specific ways.

An important condition for the effective implementation of the strategy is the formation of a system of plans that is adequate to the structure of the enterprise. It distributes and communicates the planned tasks, strategic objectives and goals to specific units and managers, and realizes the managerial influence on the structure and timing of work; strategic resources are allocated and reallocated.

To ensure coordination between different plans and allocation of resources, a method of financial planning – budgeting is used.

Budgeting is:

a planning tool that allows foreseeing the development of the enterprise in the future and controlling the implementation (diligent and high-quality) of the set goals;

forecasting future financial performance, cash flows, financial requirements based on the model of the company, to form plans and budgets of different levels;

financial forecasting and planning, which does not include strategic planning, but is undoubtedly based on it.

Budget is:

a tool for allocation of the resources, the necessity of which is expressed in quantity, as a rule in monetary form, to achieve the goals that are also represented in quantity;

the quantity plan in money, prepared and accepted till the certain deadline, that usually showing the planned amount of income to be achieved; the costs to be reduced during this period and the capital to be raised to achieve this goal [3].

There are three approaches to financial forecasting and planning:

1) preparation of forecast financial documents containing a vision of what the financial statements will become in the future, subject to a number of assumptions about the future activities of the enterprise and its need for additional financing;

2) formation of the monetary budget – detailed forecast of funds movement;

3) formation of the budget of current activities, namely the operational budget - a detailed forecast of the amount and structure of income and expenses by subdivisions, which is the basis of the forecast of cash flows and, therefore, the basis of drawing up forecast financial documents.

Budgets are developed both for the enterprise as a whole, and for its structural units or individual functions.

The main functions of the budget:

planning the operations to ensure the achievement of the declared tactical goals;

coordination of the different types of activities and separate units, coordination of their interests;

control of the current activity of the units and enterprise as a whole.

Implementation of the strategy is largely determined by the organizational culture of the enterprise.

The organizational culture is formed throughout the history of the company combining methods and rules of the company's adaptation to the requirements of the environment and formation of the internal relations between groups of employees. Culture defines norms, establishes rules of conduct of personnel at all levels of management, influences the ability of an enterprise to change the strategic direction. The absence or low level of organizational culture can be an obstacle to the successful implementation of a company's strategy.

Factors influencing the development and application of an organizational culture: top management values and beliefs, management's response to critical situations, managerial attitudes and behaviour, criteria for the employees' selection, appointment, promotion and firing from the enterprise.

Creation of the internal administrative systems requires the identification and management of policies and procedures that influence the strategy, development of the administrative and operational systems for strategic critical situations.

Development of payment and inducement system should include motivation of organizational units and personnel in favor of the strategy realization, as well as development of the system of material and moral encouragement.

Development of the organizational culture in relation to the strategy includes setting private indicators, defining ethical standards, creating a working environment supporting the strategy, fostering the spirit of work at a high cultural level.

Strategic leadership style requires managing performance growth, organizational culture and promoting strategy, supporting organizational innovation and new capabilities, engaging in strategy implementation policies, supporting operational capability and organizational consensus, emphasizing ethical standards in behavior, taking corrective action initiatives to improve strategy implementation methods.

Strategic management provides for the possibility of making changes, adjustments to the developed action plan in accordance with changes that can be both threats and opportunities. The course of external and internal events eventually forces the organization to reconsider the mission of the enterprise, the goals of the activity, the strategy itself and the process of its implementation. [2].

Having a general idea of organizational control over the implementation of the company's sustainable development strategy, one can proceed to consider specific issues of the strategic control.

The strategic control task is to accompany and support the development strategy to ensure its viability. The support includes checking the adequacy of the strategy formulation, implementation and application.

When implementing strategic control, it is necessary to take into account and solve the following tasks:

formation of the controllable values for measuring and evaluating the potential for success;

establishing standard values that act as a basis for comparison;

determination of actual (real) values of controlled indicators;

verification of real values in relation to standard values by comparing the plan and the fact (i.e., according to statistics for the past period); comparison of planned indicators with actually formed (desirable) controlled values characterizing the actual potential for success;

fixing deviations and analysis of the causes responsible for deviations;

identification of necessary corrective measures to manage deviations from the strategic course.

Performance assessment, change analysis and strategy adjustment become necessary components of the strategic management process used as a feedback mechanism to adjust the strategic plan and (or) its implementation. To be effective, evaluation must be systematic and continuous and include all organizational levels.

There are three stages in the performance evaluation process:

1) determination of a system of performance indicators, according to which the strategy is evaluated;

2) measurement of what has been achieved and comparison with the desired;

3) taking the necessary corrective actions.

At the first stage, a list of quantitative and qualitative criteria is determined that meets the strategic goals and objectives of the enterprise. Corrective actions (as a stage) are indeed the end and the beginning of the strategic management cycle as a continuous management process.

Considering the issues of evaluating the results of the implementation of the strategy, it is necessary to determine the areas of control. They can be strategic goals (qualitative, quantitative) and critical external and internal conditions underlying strategic plans, as well as bottlenecks and weaknesses identified as a result of the analysis of the strategic plan.

Controlled indicators should be limited in scope; contain data for the entire organization as a whole and its units; dynamic and prospective (it is necessary to ensure the possibility of comparing data for at least five years); comparable (with previous achievements, with other enterprises in the industry, etc.). Controlled indicators may include profitability, productivity, and the degree of liquidity.

The analysis of controlled indicators involves not only comparing the standard and actual values to identify deviations, but also understanding the causes of deviations, determining the relationship between the deviations obtained and the final results of the organization's activities, as well as analyzing the impact of the deviations received on the final results.

References

1. Гриньова В. М., Власенко В. В. Організаційні проблеми інноваційної діяльності на підприємстві: монографія. Харків: ВД «ІНЖЕК». 2005. 200 с.
2. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент: підручник. Суми: Університетська книга. 2010. 334 с.
3. Стадник В. В., Йохна М. А. Інноваційний менеджмент: навчальний посібник. Київ: Академвидав. 2006. 464 с.
4. Пєтухова О. М. Формування системи управління інноваційною діяльністю підприємств. Наук. праці Нац. ун-ту харч. технологій. 2012. № 43. С. 174–180.
5. Козловський В. О. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. Вінниця: ВНТУ. 2007. 210 с.
6. Клюс Ю.І. Організаційно-інформаційне формування корпоративного управління інноваціями. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 6. — [Електронне наукове видання]. — Режим доступу: http://global-national.in.ua/issue-6

References

1. Grinyova V. M., Vlasenko V. V. (2005), Organizational problems of innovative activity at the enterprise: monograph Kharkiv: INZHEK, 2005, 200 p.
2. Ilyashenko S. M. (2010), Innovative management: a textbook. Sums: University Book. 334 p.
3. Stadnik V. V, Yokhna M. A. (2006), Innovative management: a textbook. Kiev: Academic, 464 p.
4. Petukhova O. M. (2012), Formation of enterprise innovation management system. Science. Labor Nat. un-food. Technologies, № 43, P. 174–180.
5. Kozlovsky V. A. (2007), Innovative management: textbook. tool. Vinnytsia: VNTU, 210 p.
6. Klius Y. I. (2015) Organizacijno-informacijne formuvannya korporativnogo upravlinnya innovaciyami. Globalni ta nacionalni problemi ekonomiki. no 6. — [Elektronne naukove vidannya]. — Rezhim dostupu: http://global-national.in.ua/issue-6

Клюс Ю.І., Водяник Р.В., Стрюк О.С. Контрольні заходи щодо реалізації стратегії стійкого розвитку підприємства.

Для побудови інноваційної економіки з розвинутим підприємництвом, інноваціями та високою продуктивністю виробництва Україні як державі, яка має великий інтелектуальний потенціал, необхідно розв'язати зазначені вище проблеми. Державна інноваційна політика має фокусуватися на напрямах, які відповідають «вузьким місцям» інноваційного процесу в Україні, враховуючи інтереси всіх зацікавлених сторін. Саме тому особливо важливою є співпраця між усіма учасниками інноваційного процесу, які сприяють інноваціям на всіх етапах створення і виведення інноваційного продукту на ринок. Промислові підприємства забезпечують інші галузі необхідним обладнанням та інструментами; є майданчиком впровадження нових інноваційних технологій; служать імпульсом розвитку освітніх послуг та появи нових, затребуваних виробництвом, освітніх програм; надають робочі місця, сприяючи як зростанню зайнятості, а й зростанню професійних якостей персоналу. Тому для того, щоб промислові підприємства ефективно і збалансовано функціонували, приносячи загальноекономічне благо не тільки в теперішньому, але й і в майбутньому, необхідний відповідний механізм - стратегія сталого розвитку. Стійкий розвиток останнім часом досліджується на всіх рівнях: розробляються соціально-економічні програми та концепції розвитку як окремих підприємств і регіонів, і країни загалом. У зв'язку з цим, а також з огляду на проголошену керівництвом країни інноваційну спрямованість економіки методичний апарат сталого інноваційного розвитку підприємства дуже актуальний.

Розв'язання проблем передбачається шляхом виконання програмних заходів за такими напрямами:а) створення сприятливого нормативно-правового поля для суб'єктів господарювання, що провадять інноваційну діяльність; б) розвиток інноваційної інфраструктури, методично-консалтингове забезпечення, розширення зв'язків вітчизняних науковців і винахідників з іноземними підприємствами; в) підвищення спроможності, що реалізується як шляхом культурно-просвітницької діяльності, підвищення інноваційної культури, так і через освітню діяльність, спрямовану на забезпечення успішної кар'єри молоді після завершення навчання у закладі вищої освіти за одним з обраних напрямів: започаткування власної справи, робота на підприємстві, що відповідає сучасному технологічному рівню, або наукова (викладацька) робота.

***Ключові слова**: стратегічне управління, інноваційна діяльність, бюджетування, тактика, політика, процедури*

Клюс Юлія Ігорівна – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри обліку і оподаткування СНУ ім. В. Даля.

Водяник Роман Валерійович – аспірант СНУ ім. В. Даля.

Стрюк Олександр Сергійович – аспірант СНУ ім. В. Даля.

Стаття подана 23.10.2022.

DOI: https://doi.org/10.33216/1998-7927-2022-274-4-25-30

УДК 339.1:339.9

ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА МІЖНАРОДНИЙ DIGITAL МАРКЕТИНГ

Корсунова К.Ю.

IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON INTERNATIONAL DIGITAL MARKETING

Korsunova K.Y.

Штучний інтелект надзвичайно сильно впливає на digital маркетинг. Бізнес-організації вирішують працювати над пошуком нових, ефективних методів digital маркетингу, окрім традиційних, щоб створити міцний імідж свого бренду та охопити цільових клієнтів якнайшвидше, а також для того, щоб впоратися з величезною конкуренцією у відповідних галузях.

Сьогодні штучний інтелект швидко стає невід'ємною частиною споживчого та корпоративного бізнесу. Безумовно, він може покращити методи ведення бізнесу та збільшити продажі за допомогою уважної та проникливої аналітики даних.

З радикальним збільшенням використання мережі Інтернет більшість клієнтів покладаються на пошукові системи, щоб знайти бажаний продукт або послугу.

Комунікаційна підтримка бренду підприємства забезпечує необхідну конкурентоспрожність та може стати ключовим фактором формування лояльного ставлення споживача, а також формування самого іміджу підприємства. При цьому може буде сформувано комплекс забезпечення комунікаційної підтримки бренду на основі інструментарію міжнародного маркетингу.

Це змусило провідні пошукові системи, наприклад Google, обрати поглиблене машинне навчання, яке дозволяє пошуковим системам знати людський сценарій і надавати їм відповідні дані. Аналізуючи особисті вподобання покупця за допомогою штучного інтелекту, маркетологи готові прогнозувати потреби покупця в майбутньому та охоплювати цільову аудиторію набагато кращим способом.

Так виникає цілий клас нових явищ і процесів, які вимагають нового наукового осмислення і систематизації, концептуального теоретико-методологічного дослідження і обґрунтування їх сутності, а також розробки нового категоріального апарату і введення в науковий обіг системи нових взаємопов'язаних понять.

Інтернет-технології також змінюють способи взаємодії компаній зі своїми співробітниками, партнерами, конкурентами та постачальниками, а digital маркетинг розвивається з неймовірною швидкістю. Встигають за новими трендами тільки ті, хто швидко вміють змінюватися та адаптуватися до нових умов ведення бізнесу, продумуючи та проводячи високоякісну маркетингову стратегію.

ШІ слід розглядати не як загрозу для робочої сили, а радше як цінний інструмент, який може допомогти покращити якість роботи та підвищити продуктивність. ШІ можна використовувати для швидкого й точного аналізу великих обсягів даних, що дозволяє приймати більш обґрунтовані рішення. Крім того, штучний інтелект можна використовувати для створення ефективніших маркетингових стратегій, а також для більш швидкого та ефективного виявлення та вирішення проблем. Використовуючи штучний інтелект, підприємства можуть підвищити свою ефективність і продуктивність, а також забезпечувати співробітників більш змістовною та корисною роботою.

Ключові слова: *високі технології, штучний інтелект, міжнародний маркетинг, digital маркетинг, глобалізація економіки, інтеграція, інформатизація, діджиталізація.*

Вступ. Прогрес у інформаційних, комунікаційних і транспортних технологіях разом з інтенсивним використанням Інтернету та соціальних мереж у світовому масштабі несе відповідальність за все більше подолання бар'єрів, з якими стикаються багато компаній, які ведуть свою діяльність на міжнародному ринку.

Це особливо стосується компаній з обмеженими ресурсами, або малого і середнього бізнесу, які тепер мають мотивацію і можливість для використання переваг штучного інтелекту, тим самим ефективніше протистояти викликам на зовнішніх ринках, ніж будь-коли раніше.

Нові цифрові технології створюють величезні можливості компаніям для ведення бізнесу з покупцями, як на локальних ринках, так і закордоном, надаючи значну допомогу в пошуку, націлюванні, обслуговуванні та комунікації з потенційними або вже існуючими клієнтами в будь-якій частині світу. Бізнес отримує більше прибутку,

коли він інтегрує нові трендові технології у свої виробничі та маркетингові стратегії.

Комунікація бренду зі споживачем є вкрай важливою для бізнеса. Вона постійно потребує візуальних та технологічних інновацій, які можуть утримувати увагу клієнтів і викликати їх лояльність. Сучасний міжнародний маркетинг вимагає глибокого та точного розуміння побажань, інтересів клієнтів, а також здатність діяти дуже швидко й ефективно на основі цих знань. Більшість підприємств, котрі все ще не використовують штучний інтелект і не інтегрують його у свій маркетинг, не можуть приймати рішення в реальному часі і будуть сильно поступатися місцем тим, хто вже активно використовує новітні технології. Бо саме у процесі персоналізації збирається величезна кількість даних, що дозволяє компаніям краще визначати поведінку та інтереси споживачів на різних платформах, точках дотику, каналам комунікацій, а отже, краще відповідати інтересам клієнтів, збільшуючи продажу своїх товарів чи послуг, тим самим створюючи більш міцний зв'язок та лояльне відношення до свого бренду.

Від ефективної та професійної роботи спеціалістів з маркетингу також залежить дуже багато, тому тільки правильне та гармонійне поєднання маркетингового інструментарію зі штучним інтелектом безумовно збільшить вірогідність проведення успішної маркетингової кампанії.

Незважаючи на цю зміну міжнародного маркетингу в результаті зростання діджиталізації, було виявлено, що академічні дослідження залишаються позаду розвитку практики. Розрив у дослідженнях цієї теми досить великий, з вагомою кількістю прогалин у доступних знаннях будь-якій людині, яка намагається дізнатися більше про ефективне використання дієвих механік штучного інтелекту, що в нашому випадку тільки стимулює та додає наснаги розібратися в цьому питанні більш уважно.

Отже, основною метою цієї статті є дослідження можливостей і викликів, з якими стикаються компанії в цю нову цифрову еру щодо їх міжнародної маркетингової стратегії та впливу штучного інтелекту для більш ефективної маркетингової компанії на міжнародних ринках.

Аналіз основних досліджень та публікацій.

Необхідно бути обізнаними та мати доступ до новітніх цифрових технологій, таких як потужні інформаційні технології та штучний інтелект, щоб розробити та реалізувати ефективну стратегію міжнародного маркетингу. Використовувати можливості, надані цими технологіями, щоб успішно протистояти викликам сучасного глобального бізнес-середовища та отримати краще розуміння новітніх технологій. Саме тому, в першу чергу було проведено аналіз та розглянуто основні наукові матеріали по темі дослідження.

Теоретико-методичним підґрунтям статті стали вітчизняні й зарубіжні праці вчених з розглядом проблемних питань штучного інтелекту, діджиталізації, розвитку маркетингових технологій на основі економічної теорії. Використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, що дало змогу вивчити це питання.

Дослідження виконані із застосуванням методів наукової абстракції, аналізу і синтезу, абстрактно-логічних (теоретичні узагальнення, критичний аналіз публікацій, формування висновків), порівняльного аналізу (здійснення аналізу й характеристики штучного інтелекту, його впливу на digital-маркетинг), абстрагування та конкретизації, що стали базовими для узагальнення тенденцій міжнародного маркетингу в теорії.

Комплексні теоретичні й практичні аспекти міжнародного маркетингу загалом та digital-маркетингу зокрема, а також штучного інтелекту розглянуто у працях як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. Серед них доцільно виділити роботи А. Старостіної, Р. Оксентюка, О. Смолянюка, С. Веселової, Є. Голубкової, В. Горохової, А. Калмикової, Т. Циганкової, Ф. Котлера, У. Хенсона, А. Хартмана, Д. Еймора, К. Хаусхофер, Д. Майнінг та інших авторів.

Дослідження штучного інтелекту можна відстежити ще в 1950-х роках, коли Алан Тюрінг розробив знаменитий Тюрінг Тест, запропонувавши розглянути, чи можуть машини мислити. Після вже інший видатний вчений Джон Маккарті ввів термін штучний інтелект у 1955 році. Також варто зазначити таких видатних іноземних науковців, які також займалися питанням штучного інтелекту, як Аллен Ньюелл і Герберт Саймон та українських вчених В. Глушков, О. Кухтенко, В. Скурихін , В. Коваль, В. Гладун та інші.

Але при цьому багато аспектів впливу штучного інтелекту на міжнародний digital маркетинг залишається поза увагою та потребує детального дослідження. Це передусім пов’язано з високою швидкістю змін в цій сфері та прискоренням процесів глобалізації та діджиталізацією.

Мета. Метою цього дослідження є визначення впливу штучного інтелекту на digital маркетинг, а також аналіз того, як компанії використовують штучний інтелект в своїй маркетинговій діяльності для розвитку компаній, збільшуючи її прибутки, як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках.

Матеріали та результати дослідження.

Штучний інтелект розглядається як наступна промислова революція, люди вірять, що штучний інтелект може забезпечити вирішення більшості проблем, які і зараз існують у світі. Крім того, штучний інтелект може вирішити проблеми, які потенційно можуть виникнути в майбутньому.

Штучний інтелект (ШІ) все ще звучить трохи науково-фантастичним і футуристичним, але для багатьох людей він вже став частиною

повсякденного життя. Він призначений не для заміни людей, а для покращення людських можливостей, що робить його цінним бізнес-активом [1].

За останнє десятиліття штучний інтелект швидко розвивався і вже зараз відчутний вплив на багато сфер економіки. Також впливає на те, як люди ведуть бізнес, ставши невід'ємною частиною багатьох галузей, таких як охорона здоров'я, автомобільна промисловість, технології, зв'язок і фінансові послуги. Безумовно, це принесло і великі зміни в маркетинг.

Використовуючи штучний інтелект, ми можемо збирати й упорядковувати великі обсяги даних, аналізувати їх, а потім створювати складні маркетингові прогнози та персоналізовані стратегії.

Однією з головних проблем, з якою сьогодні стикаються маркетологи, є те, що керування великомасштабними даними та їх осмислення вимагає величезних ресурсів і займає багато часу. Оскільки ринки швидко змінюються, до того моменту, коли аналітик зможе обробити всі дані та осмислити їх, вони вже застаріли та мають лише статистичну цінність. На що людині можуть знадобитися місяці, машина може зробити за години, ось що робить ШІ таким ефективним. Дослідницька компанія Gartner каже, що «штучний інтелект створить 2,3 мільйона робочих місць у 2023 році, тобто більше, ніж ліквідує - 1,8 мільйона» [2].

Використовуючи такі технології, як машинне навчання та обробка природного мовлення, ШІ буде здатним читати та розуміти людей. А поєднання технологій і людства може стати основою глибокої персоналізації користувацького досвіду.

Ця нова цифрова ера може принести користь компаніям, які працюють або бажають розвиватися на міжнародному ринку кількома способами, а саме:

- встановлення та підтримка ділових відносин із клієнтами на різних віддалених зовнішньо ринках, незалежно від економічних, політичних, культурних чи інших відмінностей;

- збір точної інформації про покупців, конкурентів та умов навколишнього середовища в різних країнах, допомагаючи таким чином приймати більш обґрунтовані міжнародні маркетингові рішення;

- ефективна персоналізація, що дає змогу налаштувати свої ринкові пропозиції індивідуально для різних країн;

- більш швидке управління бізнес-операціями, дешевшим і простим способом, таким чином підвищуючи свою конкурентну перевагу та покращуючи фінансові показники.

Загалом штучний інтелект допомагає сприймати, інтерпретувати та приймати складні рішення на основі даних, отриманих сьогодні, що було б важко зробити людському мозку. Тобто створює передбачуваний або прогнозуючий маркетинг - це не нова практика, але завдяки застосуванню штучного інтелекту прогнозуючий маркетинг стане більш доступним і керованим. Нещодавній звіт Everstring показав, що 71% маркетологів зацікавлені у використанні ШІ для персоналізації, а 68% маркетологів вважають, що методи прогнозування будуть критично важливими для digital-маркетингу [3].

У рекламі штучний інтелект в основному використовується для націлювання на певну аудиторію та оптимізації рекламних кампаній. З'являється ще один новий напрямок в маркетингу - AI-маркетинг (маркетинг штучного інтелекту) Розглянемо більш детально, AI-маркетинг - це метод використання технологій для покращення шляху клієнта. Маркетинг ШІ використовує технології штучного інтелекту для прийняття автоматизованих рішень на основі збору даних, аналізу даних і додаткових спостережень за аудиторією чи економічними тенденціями, які можуть вплинути на маркетингові зусилля. AI часто використовується в цифрових маркетингових зусиллях, де швидкість має важливе значення. Маркетингові інструменти штучного інтелекту використовують дані та профілі клієнтів, щоб навчитися найкращим чином спілкуватися з клієнтами, а потім надавати їм індивідуальні повідомлення в потрібний час без втручання членів маркетингової групи, забезпечуючи максимальну ефективність. Для багатьох сучасних цифрових маркетологів ШІ використовується для посилення маркетингових команд або для виконання більш тактичних завдань, які вимагають менше людських залучення. Його також можна використовувати для підвищення рентабельності інвестицій (ROI) маркетингових кампаній [4]. Це досягається за допомогою аналітики великих даних, машинного навчання та інших процесів, щоб отримати уявлення про цільову аудиторію. Завдяки цій статистиці можна створити ефективніші точки контакту з клієнтами.

У таблиці можна побачити приклади впливу штучного інтелекту на класичний 4P (продукт, ціна, просування, місце) маркетинг-мікс:

Таблиця

Вплив штучного інтелекту на 4P

Область застосування ШІ	Приклади
Продукт (Product)	- Гіперперсоналізація; - автоматичні рекомендації; - розробка нового продукту.
Ціна (Price)	- Управління цінами та динамічна адаптація цін до профілів клієнтів.
Просування (Promotion)	- Персоналізоване спілкування; - створення унікального досвіду.
Місце (Place)	- Зручний шопінг; - швидкий і легкий процес продажу; - цілодобове обслуговування клієнтів.

У світі digital маркетингу штучний інтелект може оптимізувати маркетингові кампанії. Це також може усунути ризик людської помилки [5]. Однак, щоб по-справжньому спілкуватися зі своїми клієнтами, нам все одно знадобиться людський контакт. Емпатія, співчуття та оповідання - це атрибути, які машини не можуть відтворити, принаймні поки що.

Зупинимось трішки детальніше, як само штучний інтелект впливає на digital-маркетинг та де вже зараз можна побачити його активне застосування:

1. Розуміння ринків і поведінки клієнтів. ШІ допомагає маркетологам визначати зміни в поведінці конкурентів (наприклад, ціноутворення, розподіл), оцінювати потенційний попит на продукт і аналізувати відгуки клієнтів, щоб покращити загальний досвід клієнтів [6].

2. Сегментація, таргетинг і позиціонування. ШІ може допомогти об'єднати клієнтів у окремі групи, що також може покращити націлювання реклами та надавати точніші рекомендації щодо продуктів і брендів користувачам відповідно до їхніх інтересів [7]. Це також допомагає видавцям організувати структуру свого вмісту, наприклад, автоматично генеруючи кластери тем або знаходячи семантичний зв'язок між статтями.

3. Маркетингова підтримка. Впровадження чат-ботів штучного інтелекту підвищує якість обслуговування клієнтів, оскільки відповіді на прості запитання можна отримати швидше.

4. Розробка товарної та цінової стратегії. ШІ допомагає визначати тенденції на ринку, пропонуючи розробку нових продуктів або вдосконалення існуючих [8]. Оскільки штучний інтелект може аналізувати великі обсяги даних, він також може допомогти створювати більш персоналізовані продукти та послуги для окремих клієнтів і оцінювати еластичність попиту за споживчою ціною.

5. Розробка каналів і стратегії логістики. ШІ може допомогти проаналізувати шлях користувача на веб-сайті (теплові карти) і створити пропозиції щодо кращої оптимізації сайту. Наприклад, такі інструменти, як Hotjar, можуть допомогти зрозуміти, де на сторінці найбільше залучено користувачів [9].

Однією з найбільш широко використовуваних інтеграцій штучного інтелекту в digital-маркетингу є програми обробки природної мови - чат-боти [10]. Чат-боти використовують NLP для спілкування з користувачем, створюючи враження, що за вікном чату стоїть реальна людина.

Наприклад, Dominos використовує чат-бота Facebook на своїй сторінці [11]. Цей чат-бот дозволяє користувачеві виконувати низку дій, включаючи розміщення та відстеження замовлення та зв'язок зі службою підтримки клієнтів.

Або інший приклад, штучний інтелект може значно заощадити час і зусилля видавців без шкоди для якості та ефективності створеного контенту завдяки таким автоматизованим технологіям, як аналіз тексту, персоналізація вмісту, форматування, SEO, автоматичне позначення тощо[12].

Bloomberg створили продукт під назвою Cyborg, він відстежує керування створенням вмісту. Наприкінці кожного кварталу він може створювати сотні звітів про прибутки компанії [13]. Cyborg запрограмований на розпізнавання та вилучення всіх важливих чисел.

Згідно з опитуванням, серед 270 маркетологів B2B і B2C 36% респондентів вважають, що штучний інтелект вплине на загальну маркетингову стратегію в майбутньому[14]. Інше дослідження показало, що з 300 маркетологів 32% наразі використовують штучний інтелект для створення реклами [15].

Наукова фантастика пропонує багато сценаріїв, коли технологія забирає всі робочі місця людей, а роботи захоплюють світ. Але насправді все трішки інакше - люди завжди будуть потрібні, коли мова йде про маркетингову діяльність. Комп'ютери не можуть передумати, приймати креативні рішення чи використовувати свою уяву. Креативності та культурних орієнтирів буде дуже бракувати, якщо ваша компанія використовує лише ШІ для створення контенту. Штучний інтелект може запропонувати певні рішення та підвищення ефективності, але, зрештою, люди все ще є епіцентром світу маркетингу.

Також важко уявити, що комп'ютер може помилятися. І з математичної чи формульної точки зору вони завжди можуть бути «правими», але люди складаються з набагато більшого, ніж просто формули та статистика. Люди унікальні та мають багато різноманітних смаків і уподобань, які неможливо обмовити формулою. Саме те, що робить людину людиною, це те, що вона постійно змінюється та росте, і завжди є відхилення.

Висновок. Отже, можна стверджувати, що вплив штучного інтелекту на digital-маркетинг є значним. Штучний інтелект звісно не може замінити людське розуміння ведення бізнесу. Але він може значно полегшити роботу людям, показавши ширшу картину економічних подій, звичок клієнтів і бізнес-цілей, а потім обробити й проаналізувати, об'єднавши всі аспекти та змінні в купу, для успішної маркетингової стратегії.

Штучний інтелект вже допомагає видавцям створювати контент швидше та ефективніше, ніж раніше, і, без сумніву, попереду нас чекає ще більше технологічних досягнень. ШІ не слід розглядати як загрозу для робочої сили, а радше як цінний інструмент, який створює кращий робочий процес і ефективніший аналіз даних і користувачів, створення маркетингової стратегії та вирішення проблем.

Варто зауважити, що керування інструментами ШІ все одно вимагає певного рівня досвіду. Застосування штучного інтелекту в маркетингових операціях вимагає найму або навчання експертів, які знають, як працювати з цією технологією. Недбале

керування даними або недоліки в дизайні алгоритмів можуть призвести до упередженості або хибних результатів, створюючи серйозні проблеми, які можуть призвести до втрати клієнтів і доходу. Людський фактор залишається життєво важливою частиною управління ШІ, і його не слід недооцінювати.

Саме тому, перспективним напрямом подальших досліджень є визначення та аналіз вдалого застосування штучного інтелекту для більш ефективного digital маркетингу українськими підприємствами різних сфер на міжнародних ринках.

Література

1. Божкова В. В. Трансформації інструментарію маркетингових комунікацій в умовах глобалізації / В.В. Божкова, О.В. Птащенко, Л. Ю. Сагер, Л. О. Сигида // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2018, № 1 – С. 73-82 (електронна версія Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/
2. Високі технології в умовах євроінтеграції: обмеження чи можливості / В. Грига, О. Крижанівська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.eurointegration.com.ua/articles/2015/11/5/7040254
3. Smilansky, S. 2018. Experiential Marketing: A practical guide to interactive brand experiences. Second edition. Kogan Page Limited. London.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер; под ред. С. Г. Божук [пер. с англ.]. – [2-е изд.]. – СПб. : Питер, 2006. – 464 с.
5. Птащенко О.В. Використання маркетингових інструментів для забезпечення позиціонування високотехнологічної продукції / О. В. Птащенко // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №4 (19) – 2017. – Харків: ХНАДУ, 2017 – 168 с. (С.147-153)
6. Thilagavathy N., & Kumar, E. P. (2021). Artificial Intelligence on digital Marketing-An overview. NVEO-NATURAL VOLATILES & ESSENTIAL OILS Journal| NVEO, 9895-9908.
7. Центр комунікативних трансформацій. – Києво-Могилянська академія : [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.ukma.edu.ua/index.php/science/tsentri-ta-laboratoriji/tsentrkomunikativnikh-transformatsi
8. Рубан В. Цифровий маркетинг: роль та особливості використання. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. Вип. 2-2 (08). С. 20–25.
9. Wedel, M. & Kannan, P. K. (2016). Marketing Analytics for Data-Rich Environments. Journal of Marketing, 80(6), 96–122
10. Бойчук І. В., Музика О. М. Інтернет в маркетингу : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 512 с.
11. The Impact of AI on Digital Marketing — 2022 Trends and Forecasts [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.spiralytics.com/blog/the-impact-of-ai-on-digital-marketing-2022-trends-and-forecasts/
12. Рабей Н Р. Актуальність дослідження тенденцій розвитку інструментів інтернету в маркетинговій діяльності підприємства. Wiadomości o postępie naukowym i rzeczywistych badaniach naukowych współczesności : збірник наукових праць «ΛΌГОΣ» з матеріалами Міжнародної наук. практ. конф., Краків, 17 червня 2019 р. Краків, 2019. Т. 1. С. 26-28. http://doi.org/10.5281/zenodo.3484736.
13. How Artificial Intelligence Affects Digital Marketing [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://medium.com/@sheetalkadyan/how-artificial-intelligence-affects-digital-marketing-54b3ee412874
14. 3D-маркетинг – як новий тренд десятиліття [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://marketer.ua/ua/3d-marketing-as-a-new-trend-of-the-decade/
15. Impact of Artificial Intelligence on Digital Marketing [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://gecdesigns.com/blog/impact-of-artificial-intelligence-on-digital-marketing

References

1. Bozhkova V.V. Transformations of marketing communication tools in the conditions of globalization / V.V. Bozhkova, O.V. Ptashchenko, L. Yu. Sager, L. O. Sygyda // Marketing and management of innovations, 2018, No. 1 - pp. 73-82 (electronic version Access mode: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/
2. High technologies in the conditions of European integration: limitations or opportunities / V. Griga, O. Kryzhanivska [Electronic resource]. – Access mode: http://www.eurointegration.com.ua/articles/2015/11/5/7040254
3. Smilansky, S. 2018. Experiential Marketing: A practical guide to interactive brand experiences. Second edition. Kogan Page Limited. London.
4. Kotler F. Marketing management. Express course / F. Kotler; under the editorship, S. G. Bozhuk [trans. with English]. – [2nd ed.]. - Warsaw: Poland, 2006. – 464 p.
5. Ptashchenko O.V. The use of marketing tools to ensure the positioning of high-tech products / O. V. Ptashchenko // Problems and prospects of entrepreneurship development: Collection of scientific papers of the Kharkiv National Automobile and Road University. – No. 4 (19) – 2017. – Kharkiv: Khnadu, 2017 – 168 p. (p. 147-153)
6. Thilagavathy N., & Kumar, E.P. (2021). Artificial Intelligence on digital Marketing-An overview. NVEO-NATURAL VOLATILES & ESSENTIAL OILS Journal| NVEO, 9895-9908.
7. Center of communicative transformations. – Kyiv-Mohyla Academy: [Electronic resource]. Access mode: http://www.ukma.edu.ua/index.php/science/tsentri-ta-laboratoriji/tsentrkomunikativnikh-transformatsi
8. Ruban V. Digital marketing: role and features of use. Economic Bulletin of the Zaporizhzhya State Engineering Academy. 2017. Issue 2-2 (08). P. 20–25.
9. Wedel, M. & Kannan, P. K. (2016). Marketing Analytics for Data-Rich Environments. Journal of Marketing, 80(6), 96–122
10. Boychuk I.V., Music O.M. Internet in marketing: textbook. Kyiv: Center for Educational Literature, 2010. 512 p.
11. The Impact of AI on Digital Marketing — 2022 Trends and Forecasts [Electronic resource]. – Access mode: https://www.spiralytics.com/blog/the-impact-of-ai-on-digital-marketing-2022-trends-and-forecasts/
12. Rabei N R. The relevance of the study of trends in the development of Internet tools in the marketing activities of the enterprise. Wiadomości o postepie naukowym i rzeczywstych badaniach naukowych spęsnościowści: a collection of scientific works "ΛΌГОΣ" with materials of International Sciences. practice conference, Krakow, June

17, 2019. Krakow, 2019. Vol. 1. P. 26-28. http://doi.org/10.5281/zenodo.3484736.
13. How Artificial Intelligence Affects Digital Marketing [Electronic resource]. – Access mode: https://medium.com/@sheetalkadyan/how-artificial-intelligence-affects-digital-marketing-54b3ee412874
14. 3D-marketing - as a new trend of the decade [Electronic resource]. – Access mode: https://marketer.ua/ua/3d-marketing-as-a-new-trend-of-the-decade/
15. Impact of Artificial Intelligence on Digital Marketing [Electronic resource]. – Access mode: https://gecdesigns.com/blog/impact-of-artificial-intelligence-on-digital-marketing

Korsunova K.Y. Impact of artificial intelligence on international digital marketing

Artificial intelligence has an extremely strong impact on digital marketing. Business organizations decide to work on finding new, effective methods of digital marketing in addition to the traditional ones to create a strong brand image and reach their target customers as quickly as possible, as well as to cope with the huge competition in their respective industries.

Today, artificial intelligence is quickly becoming an integral part of the consumer and corporate business. It can certainly improve business practices and increase sales through careful and insightful data analytics.

With the radical increase in the use of the Internet, most customers rely on search engines to find the desired product or service.

Communication support of the company's brand provides the necessary competitiveness and can become a key factor in the formation of a loyal consumer attitude, as well as in the formation of the company's image itself. At the same time, a complex of providing communication support for the brand based on international marketing tools may be formed.

This has led leading search engines such as Google to opt for deep machine learning, which allows search engines to know the human script and provide them with relevant data. By analyzing the personal preferences of the buyer with the help of artificial intelligence, marketers are ready to predict the needs of the buyer in the future and reach the target audience in a much better way.

This is how a whole class of new phenomena and processes arises, which require a new scientific understanding and systematization, conceptual theoretical and methodological research, and substantiation of their essence, as well as the development of a new categorical apparatus and the introduction into scientific circulation of a system of new interconnected concepts.

Internet technologies are also changing the way companies interact with their employees, partners, competitors, and suppliers, and digital marketing is developing at an incredible speed. Only those who can quickly change and adapt to new business conditions, think through, implement a high-quality marketing strategy, and keep up with new trends.

AI should not be seen as a threat to the workforce, but rather as a valuable tool that can help to improve the quality of work and increase productivity. AI can be used to analyze large amounts of data quickly and accurately, allowing for more informed decisions to be made. Additionally, AI can be used to create more effective marketing strategies, as well as to identify and solve problems more quickly and efficiently. By utilizing AI, businesses can increase their efficiency and productivity, while also providing employees with more meaningful and rewarding work.

Keywords: *high technologies, artificial intelligence, international marketing, digital marketing, globalization of the economy, integration, informatization, digitalization.*

Корсунова Катерина Юріївна – аспірант кафедри міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

Стаття подана 15.10.2022.

DOI: https://doi.org/10.33216/1998-7927-2022-274-4-31-40

УДК 338.24:330.341(477)

СТАН ЕКОНОМІЧНОЇ ДОСТУПНОСТІ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ НА ПЕРІОД ВІЙНИ РОСІЇ В УКРАЇНІ: НАЦІОНАЛЬНИЙ ТА СВІТОВИЙ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Овєчкіна О.А., Маслош О.В., Шестопалов В.І., Щеглова А.Ю.

STATE OF ECONOMIC AVAILABILITY OF FOOD PRODUCTS DURING THE WAR OF RUSSIA IN UKRAINE: NATIONAL AND WORLD ASPECTS OF RESEARCH

Ovechkina O.A., Maslosh O.V., Shestopalov V.I., Shcheglova A.Yu.

У даній роботі проведено аналіз деструктивних наслідків, що виникли у продовольчому секторі української економіки через війну з росією. Відображена й прокоментована динаміка зростання споживчих цін на продовольство на національному споживчому ринку. Підкреслено, воєнні дії на території України істотно загальмували розвиток агропромислового комплексу національного господарства, обумовили погіршення стану головної складової продовольчої безпеки – фізичної та економічної доступності продовольчих товарів для населення. Визначено і прокоментовано заходи держави щодо оперативних дій, спрямованих на підтримку рівня споживання громадян, які потерпіли від воєнних дій. Підкреслена значущість благодійної діяльності міжнародних громадських організацій і структур у наданні продовольчої допомоги України. Показано, що війна порушила експортно-імпортні зв'язки України з багатьма країнами світу. У графічному і табличному виді відображені й прокоментовані «стрибки» індексів цін на продовольчі товари і безалкогольні напої у країнах Азії, Африки, Європи, Південної та Північної Америки. Відмічена необхідність формування системи продовольчої безпеки України з довготривалою стратегією покращення стану всіх її складових. Визначена доцільність застосування досвіду США та інших західних країн щодо підтримання необхідного рівня продовольчої безпеки. Особливо підкреслена значущість стимулювання сталого і збалансованого розвитку фермерського господарства, організації державних закупівель для створення резервних і страхових фондів. Відмічена доцільність застосування досвіду європейських країн щодо створення місцевими громадами «продовольчих банків», або «продовольчих комор» для вирішення поточних і форс мажорних проблем щодо доступності продовольства пересічним громадянам. Наведено приклад створення продовольчого банку в Україні та його благодійно-гуманітарної діяльності. Показано перші позитивні результати продовольчої підтримки населення, потерпілого від бойових дій, завдяки роботи продовольчого банку «Громадська організація «Тарілка», який функціонує на волонтерських засадах у Львові і має представництва у Києві та Херсоні.

Ключові слова: *продовольча безпека, продовольча криза, споживча ціна, індекс цін, інфляція, споживчий ринок, фізична та економічна доступність продовольства, державна продовольча політика, гуманітарна та матеріально-грошова допомога, продовольчий банк.*

Вступ. Як відомо, на продовольчу безпеку впливає велика кількість неконтрольованих чинників, до яких можна віднести: стихійні лиха, техногенні катастрофи, війни, різного роду соціальні конфлікти тощо. Найдеструктивнішим чинником з цього переліку безумовно є війна, негативні наслідки якої позначаються на всіх сферах життя суспільства. Бойові дії росіїна території України призвели до загибелі великої кількості людей, руйнування виробничої і соціальної інфраструктури, заподіяли шкоди продовольчому сектору української економіки, погіршили стан національної продовольчої безпеки та багатьох держав світу. При розвинених експортно-імпортних зв'язках України з іноземними торговими партнерами під руйнівний вплив воєнних дій підпадає не лише її продовольча безпека, але й загострюються продовольчі проблеми багатьох інших країн.

В аспекті сказаного стає актуальним питання оцінки впливу війни, що ведеться на території України, на стан її продовольчої безпеки та загострення продовольчих проблем у інших країнах світового господарства, у яких вже почали проявлятися симптоми продовольчої кризи. Ця симптоматика надає підставу визначити, що світова економіка може зіткнутися не лише з проблемами дисбалансів продовольчих ринків багатьох країн, але й із жорсткою системною економічною кризою, що наразі підсилюється глобальною енергетичною кризою. За словами глави МВФ К. Георгієвої, людству загрожують найбільші випробування із часів Другої світової війни [1] у всіх сферах життя світового соціуму, перед усім, у продовольчому секторі як найбільш вразливому від впливу масштабних воєнних дій.

Зважаючи на сказане, мета статтіполягає в оцінці рівня фізичної та економічної доступності основних продуктів харчування в Україні та інших державах світу під впливом розпочатої російсько-української війни. Для досягнення поставленої мети необхідно розв'язання наступних задач: 1) аналіз динаміки цін на продовольчі товари в Україні та в світі; 2) визначення актуальних заходів впливу України на стан її продовольчої безпеки на основі узагальненого досвіду розв'язання питань забезпечення продовольством в інших країнах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Васпекті поставленої проблеми не припиняються дослідження теоретико-методологічних основ визначення і практичних питань забезпечення продовольчої безпеки країн, перед усім нашої держави. У працях А. Благополучної, В. Залізнюк, О. Ніконенка, П. Лепісевич, М. Курляк, С. Щербини та ін. дослідників досліджуються складові та індикатори продовольчої безпеки, підкреслюється значущість ринкового й державно-правового механізмів її забезпечення. У дисертаційних роботах В. Гринишина, Н. Кордзої, М. Бабич, працях А. Мостової, А. Ставицького, О. Прокопенко загострюється увага на питаннях розробки стратегії продовольчої безпеки та формування ефективної системи її забезпечення, впровадження дієвого механізму розподілу продовольства, усунення негативних екологічних наслідків від ведення чи припинення сільськогосподарської і промислово-виробничої діяльності, що особливо актуалізується в періоди стихійних лих та війни.

Виклад основного матеріалу.Слід констатувати той факт, що війна впливає саме на центральну складову продовольчої безпеки - забезпеченість продуктами харчування. В структурі забезпеченості населення продовольством дослідники виділяють наступні елементи: 1) доступність продуктів харчування: а) фізична доступність, тобто наявність на продовольчому ринку життєво необхідних продуктів; б) економічна доступність, яка означає фінансову можливість їх отримати; в) соціальна доступність, що пов'язується з мінімальною диференціацію різних верств населення стосовно споживання основних груп продуктів, необхідних для підтримки життєдіяльності); 2) якість продовольства (продукти з незавершеним строком споживання, без ГМО, необхідної калорійності); 3) стан здоров'я населення, що стає особливо проблемним в умовах погіршення продовольчої безпеки (дефіцит основних продуктів харчування, які формують раціон (добовий, тижневий тощо) пересічного громадянина); 4) нарешті, подовженість життя населення та демографічна ситуація в умовах тимчасової чи хронічної кризи продовольчої безпеки [2].

Від руйнівного впливу війни потерпають інші складові продовольчої безпеки, перед усім, стан і можливості розвитку агровиробництва, а саме: втрачаються можливості вирощування агрокультур через знищення посівів, руйнацію ферм, обмеження транспортування агрокультур до місць їх промислової переробки, врешті решт, через загрози життю фермерам, які працюють на полях. Безумовно, зниження обсягів українського сільськогосподарського виробництва, спровоковане війною, негативно відбилося на стані ринку продовольчих товарів, обумовило підвищення цін та зменшення маси й асортименту продуктів харчування, отже погіршило фізичну та економічну доступність продовольчих товарів.

В наукових та публіцистичних джерелах багато уваги приділяється проблемам економічної доступності продовольства при аналізі масиву статистичної інформації щодо рівня інфляції національного продовольчого ринку сьогодення (включно всі регіони України, крім тимчасовоокупованих територій). Наведені на рисунку графіки «стрибків» індексів цін на основні продовольчі товари протягом пів рокового періоду 2022 р. наочно демонструють деформацію базової інфляції, яка представляє довгострокову тенденцію рівня цін, яка фактично повторила «стрибок» поточної інфляції. Цей стрибок відобразили ситуативні тимчасові зміни цін.

Однак, більшість продовольчих товарів продовжували дорожчати більш повільними темпами, аж до серпня 2022р. Слід звернути увагу на те, що країні знадобилось лише півроку для повернення к майже довоєнним показникам поточної інфляції та базової інфляції на ринку продовольчої продукції та споживчому ринку в цілому.

Все це стало можливим завдяки: по-перше, активним управлінсько-адміністративним діям держави щодо запобігання руйнації попиту й пропозиції харчових галузей економіки, підтримці вітчизняних агропромислових виробників в результаті розробки й прийняття ВР Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо створення умов для забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнного стану», затвердження урядом плану із забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнного стану; по-друге, значної гуманітарної і матеріальної допомоги Україні від міжнародних благодійних організацій.

Ми погоджуємо з вітчизняними дослідниками стосовно того, що перелік заходів державної підтримки українського агросектору в умовах війни має бути значно розширеним. Держава має активізувати свій регулюючий вплив на господарські процеси стосовно: надання цільової фінансової допомоги найманим працівникам, які втратили роботу через війну; допомоги з насіннєвим матеріалом для малих фермерів та домогосподарств; звільнення від сплати або надання відстрочки сплати податків на період військових дій; обмеження експорту соціально важливих товарів; введення тимчасового державного регулювання цін на соціально важливі товари; надання фінансової підтримки малим підприємствам агропромислового виробництва; створення умов для розвитку на інноваційних засадах переробних сільськогосподарських підприємств та виробників продуктів харчування; розробки пакету антикризових заходів, що запроваджуватимуться для соціальної підтримки населення [5, с. 39].

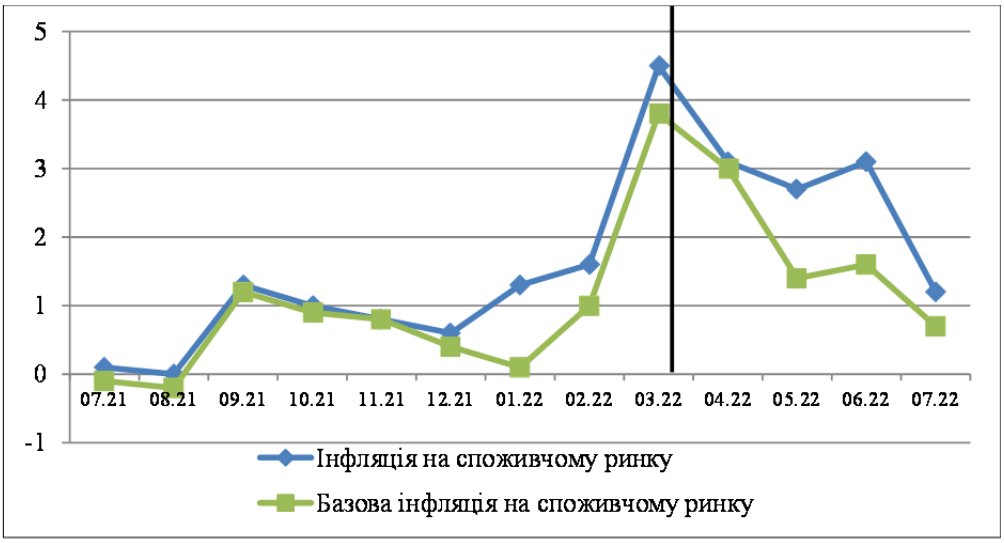

Рис. Динаміка індексу цін на українському ринку основних продуктів харчування (07.2021р. – 07.2022р.)

З тих заходів щодо стабілізації рівня продуктового забезпечення населення, що вже реалізовані державою, особливу значущість має прийняття 24.03.2022 Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо створення умов для забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнного стану» та затвердження урядом відповідного плану дій. Багато коментаторів статей Закону одноголосно сходяться на тому, що цей директивний документ спрямований на швидке залучення сільськогосподарських земель країни у виробництво сільськогосподарської продукції в умовах воєнного стану [6]. У Законі домінує пріоритет суспільних інтересів над інтересами приватних осіб в умовах війни шляхом передачі 20 000 га земель комунальної власності, які були підготовлені для оренди через земельні торги та залучення для ведення сільськогосподарського виробництва на 300 000 - 400 000 га земель державної власності, які зараз перебувають у постійному користуванні державних підприємств Мінагрополітики, НААН України, закладів освіти, що дасть змогу одержати на цих землях близько 1,4 млн тон урожаю зернових [7].

Коментарі щодо урядового плану забезпечення продовольчої безпеки у теперішній час вичерпано надані в інтерв'ю міністра аграрної політики та продовольства України М. Сольського, який відзначив, що уряд розробив комплекс дій за наступними напрямами: проведення регулярного моніторингу стану продовольчої безпеки та сільськогосподарської інфраструктури в цілому; надання державної підтримки національним виробникам харчових продуктів (фінансування сільськогосподарських підприємств для відновлення виробничих потужностей); адресна продовольча допомога (імпортованими товарами) найбільш соціально вразливій частині населення через територіальні громади; моніторинг та відповідне регулювання продуктових цін [8].

На допомогу Україні відгукнулися багато міжурядових структур та благодійних організацій міжнародних рухів, які з самого початку війни допомагають населенню України, серед яких Червоний Хрест, ООН, ЮНІСЕФ та ін. В табл. 1 наведені дані щодо наданої допомоги від кожної зі згаданих організацій.

Безумовно різнобічна допомога міжнародних благодійних організацій стала значної підмогою щодо термінового вирішення питання забезпечення фізичної та економічної доступності продовольства для великої частки населення, яке потерпало від бойових дій. Ці позитивні зрушення у забезпеченні доступності продуктів харчування відмітили фахівці Центру дослідження продовольства та землекористування при Київській школі економіки (KSE Агроцентр), які спільно з Міністерством аграрної політики та продовольства України складають щомісячний огляд продовольчої безпеки за результатами моніторингу – оперативного вистежування змін стану продовольчої безпеки та результативності аграрної політики у теперішній воєнний час.

Зокрема, у «Огляді продовольчої безпеки і політики в Україні» (серпень) відмічається, що станом на кінець липня, доступність продовольства в Україні продовжує покращуватися, після значного погіршення у червні та позитивних змін на початку липня. Станом на 29 липня, відмічають фахівці, індекс доступності продовольства (ІДП) знизився до 7,15, що на 42, 6% менше довоєнного значення, на 6,6% нижче, ніж у травні, та на 9,7% вище, ніж у першій половині липня [12]. Отже,незважаючи на значне падіння у другій половині червня, ІДП зростав протягом липня. Фахівці Центру роблять висновок про те, що людина з середнім доходом у середині липня змогла купити на 9,7% більше продуктів харчування, ніж у червні, що, безумовно, є підтвердженням результативності оперативних дій уряду з підтримання продовольчої безпеки країни [12].

Таблиця 1

Гуманітарна й матеріальна допомога Україні за період ведення бойових дій (02.2022 – 07.2022)

Допомога Україні від світових організацій		
Червоний Хрест (станом на 14.07.22) [9]	ООН (станом на 14.09.22) [10]	ЮНІСЕФ (станом на 25.07.22) [11]
Гуманітарна допомога		
19850 т споживчих товарів, з них: 1487084 продуктових наборів; 790668 гігієнічних наборів; 48678 осіб отримали продуктові ваучери на суму 96,89 млн грн; 300т медикаментів;	26500 дітей отримали допомогу в сфері освіти; 8,6 млн осіб отримали допомогу в сфері охорони здоров'я; 6 млн осіб отримали послуги захисту; 1,31 млн осіб отримало допомогу з житлом та непродовольчими товарами; 4,9 млн осіб отримали допомогу з водопостачання, санітарії та гігієни; 3,5 млн. осіб отримали багатоцільову грошову допомогу.	3 987 013 осіб отримати доступ до медичної допомоги; 3 457 252 особи отримали доступ до безпечної питної води; 455 999 осіб отримали життєво необхідні запаси води, санітарії та гігієни; 1 463 018 дітей та осіб, які здійснюють догляд отримали допомогу з охорони психічного здоров'я та психосоціальної підтримки; 52 446 жінок і дітей до теперішнього часу охоплені послугами із запобігання гендерного насильства, зниження ризиків і реагування на них за підтримки ЮНІСЕФ; 272 091 дитина скористалася навчальними заходами з використанням матеріалів, наданих ЮНІСЕФ, 422 592 особи, включаючи 261 329 дітей отримали багатоцільову грошову допомогу.
Матеріальна допомога		
Зібрано 1859,82 млн грн; використано 641,33 млн грн	Зібрано 2,8 млрд дол. Близько 70 % від суми фінансування було отримано від США (1,25 млрд), Європейської комісії (295,7 млн дол), Німеччини (174,4 млн дол), Японії (118,4 млн дол) та Канади (87,1 млн дол). Крім того, внески від майже 482 донорів з приватного бізнес-сектору на гуманітарне реагування в Україні перевищили 1,6 млрд дол.	Українськими гуманітарними організаціями отримано 577 млн дол.

Між тим, слід відзначити, щовторгнення росії в Україну показало всьому світу роль України в забезпеченні глобальної продовольчоїбезпеки. Україна в світовому експорті багатьох видів аграрної продукції посідала високі позиції.Всього два десятиліття тому експорт українського зерна був спроможний нагодувати 40 мільйонів осіб, а сьогодні вже – понад 400 мільйонів. У 2019-2021 роках на Україну припадало майже 10% світового експорту пшениці, 15% експорту кукурудзи, 15% експорту ячменю та майже 50% експорту соняшникової олії [13].У 2020 році Україна експортувала продуктів рослинного походження на суму 11,9 млрд дол, з якої 47 % (5621 млн дол) вивезено у країни Азії (лідером є Китай, Туреччина та Індонезія), 32% (3811 млн дол. - у країни ЄС (лідером є Нідерланди, Іспанія та Німеччина) та 20,6% (2447 млн дол) у країни Африки (лідером є Єгипет, Лівія та Марокко) [14].

Україна також експортувала жири та олії тваринного та рослинного походження на загальну суму 5,7 млрд дол, з них 59% (3346 млн дол) відправлено у країни Азії (лідером є Індія, Китай та Ірак), 33,55% (1891млн.дол.) - у країни ЄС (лідером є Нідерланди, Іспанія та Італія) та 7% (400 млндол) - у країни Африки (лідером є Єгипет). Крім того, Україною було експортовано готової харчової продукції на загальну суму 3,4 млрд дол, з них 46,9% (1595 млн дол) - у країни Азії (лідером є Китай, Туреччина та Азербайджан), 30% (1033 млн дол) - у країни ЄС (лідером є Білорусь, Польща та Молдова) та 20,6% (700 млн дол) - у країни Африки. Також були експортовані живі тварини та продукції тваринництва на загальну суму 1,2 млрд. дол, у т.ч., 35% (413 млн дол) - у країни Азії, 34,5% (402 млн дол) - у країни ЄС та 30% (350 млн дол) - у країни Африки [14].

Зважаючи на наведені дані з українського експорту продовольства і сировини, катастрофічними для більшості країн-імпортерів виявилися блокований експорт і поставлена під загрозу поточна посівна кампанія в Україні. Все це призвело до зростання цін на продовольство не лише в Україні, але й у інших країнах, що створило передумови загострення питань фізичної та економічної доступності продовольства для споживачів по всьому світу.

Узагальнення значного статистичного матеріалу вітчизняних та зарубіжних інформаційних джерел дозволило виявити зміни продуктових цін за період з 08.2021 р. по 07.2022 р. у багатьох країнах

світу, шокованих початком воєнного конфлікту в Україні. В наведених табл. 3-7 нами представлена динаміка споживчих цін на продукти харчування та безалкогольні напої в країнах Азії, Європи, Африки, Південної Америки, Північної Америки протягом останнього півріччя, які тією чи іншою мірою відчули ціновий шок.

Так, з табл.2 видно, що протягом лише одного місяця (02.2022-03.2022) продовольчі ринки азійських країн почало «лихоманити»: відбувалося тривале зростання цін на продукти харчування безалкогольні напої, при чому більш вразливими до негативного впливу воєнних дій в Україні виявилися Азербайджан, Пакистан, Киргизія, Бахрейн, Вірменія, в яких приріст цін був найвищим.

Динаміка споживчих цін на продукти харчування та безалкогольні напої в країнах Європи представлена у табл. 3, за якою «стрибок» індексу цін відбувся між січнем та лютим 2022 року у таких країнах, як Бельгія, Естонія, Греція та Латвія. Албанія, Білорусія, Болгарія та Португалія відчули зростання цін на продовольство і безалкогольні напої між лютим та березнем 2022 року. У Австрії, Німеччині та Італії зростання індексу цін відбулося між березнем та квітням 2022 року.

Таблиця 2

Зміна споживчих цін на продукти харчування та безалкогольні напої в країнах Азії [14] за період 08.2021р.-07.2022р.

Дата / Країна	08.21	09.21	10.21	11.21	12.21	01.22	**02.22**	**03.22**	04.22	05.22	06.22	07.22
Вірменія	15,15	15,37	15,99	16,93	12,91	12,18	**11,38**	**12,83**	14,30	14,49	17,05	13,52
Азербайджан	7,80	10,52	13,42	15,24	16,23	17,52	**17,50**	**17,35**	19,07	21,00	21,32	20,99
Бахрейн	-2,73	0,00	0,56	2,10	3,27	9,45	**12,09**	**10,60**	9,73	11,59	-	-
Бруней	2,08	2,46	2,30	2,37	2,02	2,50	**2,61**	**3,36**	4,67	5,36	-	-
Камбоджа	3,51	2,57	2,03	2,45	2,78	3,65	**5,88**	**5,68**	6,23	5,53	6,50	-
Китай, Гонконг	0,50	1,29	1,79	1,89	1,89	1,58	**4,58**	**7,54**	5,17	4,92	4,83	-
Киргизія	21,39	19,87	17,42	15,38	13,35	12,52	**12,10**	**15,79**	17,93	-	-	-
Оман	1,42	1,81	3,43	2,78	3,17	5,18	**5,05**	**4,88**	5,47	4,96	6,08	6,09
Пакистан	9,96	10,21	8,32	10,47	10,33	12,82	**14,73**	**15,30**	17,04	17,25	25,92	28,77
Тайланд	-1,48	-1,16	-0,26	0,43	0,77	2,39	**4,51**	**4,56**	4,83	6,18	6,42	8,02

Таблиця 3

Зміна споживчих цін на продукти харчування та безалкогольні напої в країнах Європи [15] за період 08.2021р.-07.2022р.

Дата / Країна	08.21	09.21	10.21	11.21	12.21	01.22	02.22	03.22	04.22	05.22	06.22	07.22
Албанія	4,56	4,58	3,85	5,03	6,36	6,69	6,90	9,26	9,95	11,37	12,58	13,21
Австрія	0,60	0,60	1,09	1,60	1,69	4,92	4,26	5,85	8,37	9,02	11,34	12,23
Білорусь	9,64	11,62	12,63	12,13	11,62	12,55	11,57	16,13	19,48	19,34	19,67	-
Бельгія	-0,34	-0,98	-0,32	0,24	1,18	2,38	3,95	4,82	5,30	6,62	8,62	9,71
Болгарія	3,63	4,39	5,93	7,25	8,92	11,18	13,57	17,39	21,29	22,75	23,83	24,16
Естонія	2,16	3,27	2,73	5,34	6,15	9,31	12,41	13,80	14,61	17,00	19,27	19,72
Німеччина	4,52	4,81	4,42	4,59	5,90	4,85	5,08	5,88	8,01	10,69	11,95	14,03
Греція	3,03	3,09	2,97	3,49	4,31	5,20	7,09	8,08	10,93	12,05	12,56	13,04
Італія	0,76	1,15	1,14	1,52	2,86	3,60	4,83	5,78	6,40	7,42	9,05	9,95
Латвія	2,23	3,82	4,52	5,61	7,22	8,81	11,80	14,69	17,42	18,16	22,07	24,30
Португалія	0,61	0,67	0,49	1,36	2,88	3,71	4,67	7,24	10,25	12,33	13,20	13,89

Таблиця 4

Зміна споживчих цін на продукти харчування та безалкогольні напої в країнах Африки [15] за період 08.2021р.-07.2022р.

Дата / Країна	08.21	09.21	10.21	11.21	12.21	01.22	**02.22**	**03.22**	04.22	05.22	06.22	07.22
Кабо-Верде	2,19	2,37	3,29	5,21	6,87	9,98	**11,62**	**16,49**	-	-	-	-
Маврикій	7,78	5,69	7,35	8,66	9,97	10,18	**16,20**	**18,32**	17,17	11,79	6,83	13,19
Марокко	-1,07	-0,29	0,97	2,86	4,51	4,21	**5,52**	**9,40**	9,42	8,59	-	-
Руанда	-5,70	-8,41	-10,6	-12,3	-9,55	-2,80	**0,47**	**2,59**	13,21	23,84	26,11	32,69
Сьєрра-Леоне	14,89	13,29	18,17	18,83	19,40	15,68	**17,09**	**22,96**	23,00	26,29	28,49	-

Таблиця 5

Зміна споживчих цін на продукти харчування та безалкогольні напої в країнах Південної Америки [15] за період 08.2021р. -07.2022р.

Дата / Країна	08.21	09.21	10.21	11.21	12.21	01.22	**02.22**	**03.22**	04.22	05.22	06.22	07.22
Аргентина	53,37	53,36	51,37	50,49	50,35	50,51	**55,79**	**59,75**	62,11	64,17	-	-
Чилі	4,88	5,17	5,30	5,17	5,50	5,96	**8,43**	**13,14**	14,80	17,14	18,47	19,44
Колумбія	11,50	12,40	13,76	15,34	17,23	19,94	**23,30**	**25,37**	26,17	21,60	23,65	24,61
Тринідад і Тобаго	5,68	5,77	7,64	6,13	5,75	6,57	**8,63**	**7,93**	8,70	8,13	7,76	-
Уругвай	6,65	5,95	7,30	6,77	6,50	7,03	**10,28**	**12,35**	11,38	10,20	10,85	-

Ситуація з динамікою індексу цін на продовольчі товари у африканському регіоні представлена у табл.4, з якої видно, що споживачі Маврикія і Сьєрра-Леоне випробували справжній ціновий шок, адже постійне протягом 2021р.зростання продовольчих цін збільшилося у двічі за лютий-березень 2022 р., причому, у Сьєрра-Леоне зростання цін не вщухло.Аналогічний шоковий «стрибок» цін спостерігався у Кабо-Верде між лютим та березнем 2022 року, «розкручування» продовольчих цін в Руанді розпочалося після «критичного інтервалу» (лютий-березень).

Переходячи до аналізу динаміки споживчих цін на продукти харчування та безалкогольні напої у Південній Америки (табл. 5), слід відзначити, що країни цього континенту також бурхливо зреагували на погіршення стану продовольчої безпеки в Україні через воєнні дії на її території. Дворазове та триразове зростання цін на продукти відбулося у Чилі, Уругваї, Колумбії. Аргентина, у якої індекс продовольчих цін був завеликий порівняно з іншими країнами континенту, потерпає від подальшого збільшення інфляції на продовольчому ринку.

Нарешті, динаміка споживчих цін на продукти харчування та безалкогольні напої в країнах Північної Америки представлена у табл. 6.

Виходячи з даних табл. 6, ситуацію із зростанням індексу цін за досліджуваний період можна поділити на два етапи: перший з 08.2021-02.2022, коли практично всі країни цього континенту демонстрували стійке зростання продовольчих цін. При цьому значне збільшення індексу цін мали Гондурас (майже у 8 разів), близько двократне зростання – США, Нікарагуа, Мексика; другий етап з 03.2022-по 07.2022, в якому лідером зростання продовольчих цін виявився Гондурас, у інших країнах збільшення цінна продовольство та безалкогольні напої (при існуючому їх високому рівні) не було стрибкоподібним, хоча значно вплинуло на фінансові можливості пересічного населення.

Таблиця 6

Зміна споживчих цін на продукти харчування та безалкогольні напої в країнах Північної Америки [15] за період 08.2021р.- 07.2022р.

Дата / Країна	08.21	09.21	10.21	11.21	12.21	01.22	**02.22**	**03.22**	04.22	05.22	06.22	07.22
Домініканська Республіка	10,67	10,12	8,54	8,06	9,22	9,34	**10,25**	**11,62**	12,64	12,87	12,96	-
Сальвадор	2,11	3,94	6,07	7,42	7,96	8,95	**9,45**	**9,81**	10,89	13,28	14,37	14,19
Гватемала	2,27	3,08	2,87	2,15	3,09	3,10	**3,19**	**4,92**	5,62	7,22	10,65	12,71
Гондурас	1,01	3,07	4,79	5,71	6,76	7,52	**8,06**	**9,04**	10,43	12,55	14,71	16,51
Мексика	7,94	8,75	8,42	10,80	11,63	11,91	**12,64**	**12,99**	12,79	12,52	13,60	14,15
Нікарагуа	6,16	8,07	8,68	10,20	10,34	10,30	**11,03**	**13,67**	16,17	16,90	15,50	-
Панама	1,44	1,97	2,56	2,25	2,17	2,14	**2,28**	**2,74**	2,95	3,55	4,23	-
США	2,98	4,52	5,38	6,39	6,50	7,35	**8,63**	**10,02**	10,85	12,02	12,23	13,15

Підсумовуючи викладений матеріал, ми маємо відмітити, що кожна країна справляється з проблемами продовольчої проблеми самотужки, орієнтуючись на власні умови і ситуації. Проте, в умовах воєнних дій на території важливого торгового партнера-експортера сільськогосподарської сировини і продовольства, всі країни-імпортери відчувають погіршення стану економічної безпеки. Стосовно нашої країни, ми маємо також погодитися з іншими дослідниками щодо висновку про необхідність негайного відновлення довоєнного стану продовольчої безпеки Україні шляхом: концентрації зусиль на відродженні агропромислового сектору економік;застосування засобів централізованого регулювання питань фізичної доступності продовольства (формування страхових, резервних фондів (запасів) тощо); поєднання ринкових і централізованих способів розв'язання питань забезпечення доступності продовольства населенню; проведення політики забезпечення продовольчої безпеки.

Приклад постійної і виваженої уваги до забезпечення достатнього рівня продовольчої безпеки демонструє США, адже заходи щодо розвитку сільського господарства американського фермерства сприймаються керівництвом всіх рівнів як стратегічні. Для України може бути цікавим американський досвід ефективного регулювання розвиту сільськогосподарського виробництва через: державні програми «safetynet» - програми-плани фінансової участі уряду у програмах страхування та забезпечення доходів фермерів; програми підтримки сільськогосподарської продукції через встановлення фіксованих (неринкових) цін; численні програми з підтримки доходів фермерів і сприяння їх зовнішньоекономічній діяльності[16]. Можливо саме реалізація означених програм «згладила» для пересічних громадян «стрибки цін» на продовольства, й населення не відчувало цінові «шоки».

Безумовно, означені питання зачіпають перед усім проблеми забезпечення національної продовольчої безпеки в цілому, але стають більш актуальними, можна сказати, драматичними на рівні регіонів, тим більше на рівні громадян. За даними нового звіту Міжнародної організації з міграції (МОМ), внутрішньо переміщені особи (ВПО) в Україні опинилися у гострій кризі, пов'язаній з браком засобів для існування. Майже дві третини тих, хто мав роботу до переміщення, втратили її, а кожен п'ятий переселенець повідомляє про відсутність доходів.У Звіті про внутрішнє переміщення в Україні, підготовленому під егідою Міжнародної Організації Міграції (МОМ), зазначається, що 54% опитаних ВПО назвали головною потребою гроші (фінансову допомогу), 16% - потребу у ліках і доступу до послуг, 13% - потребу у їжі, причому 59% респондентів, хто відчуває потребу у фінансовій допомозі, визначили, що на отримані гроші все ж таки купили б їжу [17]. Отже, ВПО потерпають від найжорстокішої форми продовольчої небезпеки – фізичної недоступності продуктів харчування і ліків.

Багато країн світу вирішують проблему фізичної недоступностіпродовольства не лише на національному, але й регіональному та індивідуальному рівнях. Так, майже у 60 країнах світу існують банки продовольства, чи продовольчі «комори», які зазвичай створюються місцевими громадами. Громади отримують продукти харчування з різних джерел (товари від гуртових, роздрібних постачальників, грошові благодійні внески від підприємств, громадян, благодійних, релігійних організацій тощо) з

тим, щоб розподілити серед нужденних. Аналогічна організація вже діє в Україні, це перший продовольчий банк «Громадська організація «Тарілка», яка функціонує на волонтерських засадах у Львові з представництвами у Києві та Херсоні, і має позитивний досвід підтримки населення, потерпілого від бойових дій[17].

Висновки. Війнароссіїв Україні, яка розпочалася в лютому 2022 року, призвелафактично до початку світової продовольчої кризи. В першу чергу постраждали країни, які були імпортерами продовольчої продукції такої, як: соняшникова олія, ріпак, ячмінь, соняшниковий шрот, кукурудза та ін.Ситуація, яка зараз склалась на світовому ринку споживчих товарів, доволі складна та країнам ще доведеться поборотись за її нормалізацію. Сьогодення показало високу актуальність проблем забезпечення продовольчої безпеки будь-якої країни спільними зусиллями багатьох країн. Це стає можливим завдяки злагодженій роботі світової спільноти, гуманітарній допомозі країнам, які опинились у край важкому продовольчому становищі, державній політиці відродження і подальшого розвитку національного агропромислового виробництва, розробці альтернативних шляхів доставки та виготовлення продовольчих товарів та схем їх розподілу.

Література

1. Економіка зіткнеться з найбільшим випробуванням із часів Другої світової війни – глава МВФ. URL: https://www.slovoidilo.ua/2022/05/23/novyna/ekonomika/ekonomika-zitknetsya-najbilshym-vyprobuvannyam-chasiv-druhoyi-svitovoyi-vijny-hlava-mvf.(дата звернення 25.10.22).
2. Ульянченко О.В., Прозорова Н.В. Продовольча безпека – основа національної безпеки держави. *Міжнародний конгрес «Світ»*. URL: http://congressworld.com.ua/blog_article.php?id=5(дата звернення 25.10.22).
3. Календар оприлюднення експрес-випусків Держстату у 2021 році: веб-сайт. URL: https://ukrstat.gov.ua/express/expr2021/expres_2021.html (дата звернення 25.10.22)
4. Календар оприлюднення експрес-випусків Держстату у 2022 році: веб-сайт. URL: https://ukrstat.gov.ua/express/expres_u.html (дата звернення 25.10.22)
5. Попадинець Н.М. Регулювання розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів: продовольча безпека в умовах війни/Н.М. Попадинець// Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах», 01-02 червня 2022 року. - Т. : ФОП Паляниця В.А., 2022. - С. 37- 40.
6. Бутіна М. Забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнного стану: що передбачено законом?.*LIGAZAKON: правові новини*. 5 квітня 2022. URL: https://jurliga.ligazakon.net/news/210373_zabezpechennya-prodovolcho-bezpeki-v-umovakh-vonnogo-stanu-shcho-peredbacheno-zakonom (дата звернення 25.10.22)
7. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо створення умов для забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнного стану: Закон Україні від 24.03.2022 № 2145-іх. *Верховна Рада України*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-20#Text(дата звернення 25.10.22).
8. Уряд затвердив план із забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнного стану. Урядовий портал України. Київ, 2022. URL: https://www.kmu.gov.ua/news/uryad-zatverdiv-plan-iz-zabezpechennya-prodovolchoyi-bezpeki-v-umovah-voyennogo-stanu(дата звернення 25.10.22)
9. Товариство Червоного Хреста України: веб-сайт. URL: https://redcross.org.ua/(дата звернення 25.10.22).
10. ReliefWeb - Informinghumanitariansworldwide: веб-сайт. URL: https://reliefweb.int/report/ukraine/ukraine-situation-report-14-sep-2022-enukru (дата звернення 25.10.22).
11. Огляд гуманітарної ситуації, 13-26 липня 2022 - UNICEF: веб-сайт. URL: https://www.unicef.org/ukraine/documents/ukraine-humanitarian-situation-report-18(дата звернення 25.10.22).
12. Огляд продовольчої безпеки і політики. URL:https://kse.ua/ua/oglyad-prodovolchoyi-bezpeki-ta-politiki/ (дата звернення 25.10.22).
13. Продовольча безпека громад під час війни: ключові тези. *Децентралізація в Україні*. Київ, 2022. URL: https://decentralization.gov.ua/news/15247 (дата звернення 25.10.22).
14. Експорт України 2022: вплив півроку війни на географію та обсяги продажів. URL: https://business.diia.gov.ua/cases/eksport/eksport-ukraini-2022-vpliv-piv-roku-vijni-na-geografiu-ta-obsagi-prodaziv(дата звернення 25.10.22).
15. Cross-CountryIndexes, Year-over-YearChange: веб-сайт. URL: https://data.imf.org/regular.aspx?key=61015894(дата звернення 25.10.22).
16. Залізнюк В.П. Механізми забезпечення продовольчої безпеки: досвід для України. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2017. № 7. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1250(дата звернення 25.10.22).
17. Резнікова Н., Панченко В. Продовольча безпека. Чому Україні вже зараз потрібні банки їжі. *Економіка*. 2022. URL: https://tyzhden.ua/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0/255495). (дата звернення 25.10.22).

References

1. Ekonomikazitknetsia z naibilshymvyprobuvanniamizchasivDruhoisvitovoiviiny – hlava MVF [Theeconomywillfacethe-iggesttestsincetheSecondWorldWar - theheadofthe IMF].Availableat:https://www.slovoidilo.ua/2022/05/23/novyna/ekonomika/ekonomika-zitknetsya-najbilshym-vyprobuvannyam-chasiv-druhoyi-svitovoyi-vijny-hlava-mvf (accessed 25.10.22)
2. Uljjanchenko O.V., Prozorova N.V. (2014) Prodovoljchabezpeka – osnovanacionaljnojbezpekyderzhavy [Foodsecurityisthebasisofthenationalsecurityofthestate]. *Mizhnarodnyjkonghres «Svit»* [International Congress «World»], June 11, 2014. Available at:

http://congressworld.com.ua/blog_article.php?id=5 (accessed 25.10.22).
3. Kalendaropryliudnenniaekspres-vypuskivDerzhstatu u 2021 roci[Calendar of the publication of express issues of the State Statistics Service in 2021].Available at:https://ukrstat.gov.ua/express/expr2021/expres_2021.html(accessed 25.10.22)
4. Kalendaropryljudnennjaekspres-vypuskivDerzhstatu u 2022 roci[Calendar of the publication of express issues of the State Statistics Service in 2022]. Available at: https://ukrstat.gov.ua/express/expres_u.html (accessed 25.10.22);
5. Popadynecj N.M. (2022) Reghuljuvannjarozvytk-Reghuljuvannjarozvytk-vnutrishnjoghorynkuspozhyvchykhtovariv: prodovoljchabezpeka v umovakhvijny [Regulationofthedevelo-mentoftheinternalmarketofconsumergoods: foodsecurityinconditionsofwar].*Formationof a mechanismforstrengtheningthecompetitivepositionsofnationaleconomicsystemsinglobal, regionalandlocaldimensions*, pp. 37- 40.
6. Butina M. (2022) Zabezpechennjaprodovoljchojibezpeky v umovakhvojennoghostanu: shhoperedbachenozakonom? [Ensuring food security in the conditions of martial law: what is provided by law?]. *LIGA ZAKON: pravovinovyny* [LIGA ZAKON: legal news], April 5, 2022.Availableat: https://jurliga.ligazakon.net/news/210373_zabezpechennya-prodovolcho-bezpeki-v-umovakh-vonnogo-stanu-shcho-peredbacheno-zakonom (accessed 25.10.22).
7. Provnesennjazmindodejakykhzakonodavchykhaktiv Ukrajinyshhodostvorennjaumo-dljazabezpechennjaprodovoljchojibezpeky v umovakhvojennoghostanu [LawofUkrainedatedMarch 24, 2022 No. 2145-ix. VerkhovnaRadaofUkraine]. Availableat:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-20#Text (accessed 25.10.22).
8. GovernmentportalofUkraine.Thegovernmenthasapproved a plantoensurefoodsecurityundermartiallaw [The government has approved a plan to ensure food security under martial law]. Available at:https://www.kmu.gov.ua/news/uryad-zatverdiv-plan-iz-zabezpechennya-prodovolchoyi-bezpeki-v-umovah-voyennogo-stanu (accessed 25.10.22).
9. TovarystvoChervonoghoKhrestaUkrajiny [Red Cross Society of Ukraine]. Available at: https://redcross.org.ua/ (accessed 25.10.22);
10. ReliefWeb - Informinghumanitariansworldwide. Available at: https://reliefweb.int/report/ukraine/ukraine-situation-report-14-sep-2022-enukru (accessed 25.10.22).
11. Oghljadghumanitarnojisytuaciji, 13-26 lypnja 2022 – UNICEF [Review of the humanitarian situation, July 13-26, 2022 - UNICEF]. Available at: https://www.unicef.org/ukraine/documents/ukraine-humanitarian-situation-report-18 (accessed 25.10.22).
12. Oghljadprodovoljchojibezpeky i polityky [Review of food security and policy]. Available at: https://kse.ua/ua/oglyad-prodovolchoyi-bezpeki-ta-politiki/ (accessed 25.10.22).
13. DecentralizationinUkraine(2022) Prodovoljchabezpekaghromadpidchasvijny: kljuchovitezy. Decentralizacija v Ukrajini [Food security of communities during the war: key theses]. Available at: https://decentralization.gov.ua/news/15247(accessed 25.10.22).
14. EksportUkrajiny 2022: vplyvpivrokuvijnynagheoghrafijutaobsjaghyprodazhiv [ExportsofUkraine 2022: theimpactofsixmonthsofwarongeographyandsalesvolumes]. Available at: https://business.diia.gov.ua/cases/eksport/eksport-ukraini-2022-vpliv-piv-roku-vijni-na-geografiu-ta-obsagi-prodaziv (accessed 25.10.22).
15. Cross-CountryIndexes, Year-over-YearChange. Available at: https://data.imf.org/regular.aspx?key=61015894 (accessed 25.10.22).
16. Zaliznjuk V.P. (2017) Mekhanizmyzabezpechennjaprodovoljchojibezpeky: dosviddljaUkrajiny [Foodsecuritymechanisms: experienceforUkraine]. *Derzhavneupravlinnja: udoskonalennjatarozvytok* [Public administration: improvement and development] (electronic journal), no. 7. Available at: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1250 (accessed 25.10.22).
17. Reznikova N., Panchenko V. (2022) Prodovoljchabezpeka. ChomuUkrajinivzhezarazpotribnibankyjizhi [Foodsafety. WhyUkraineneedsfoodbanksnow]. *Ekonomika* [Economics]. 2022. Available at: https://tyzhden.ua/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0/255495 (accessed 25.10.22).

Ovechkina O.A., Maslosh O.V., Shestopalov V.I., Shcheglova A.Y. State of economic availability of food products during the war of russia in Ukraine: national and world aspects of research

In this work, an analysis of the destructive consequences that arose in the food sector of the Ukrainian economy due to the war with Russia was carried out. The dynamics of the growth of consumer prices for food on the national consumer market are reflected and commented on. It is emphasized that the military actions on the territory of Ukraine have significantly slowed down the development of the agro-industrial complex of the national economy, caused the deterioration of the state of the main component of food security - the physical and economic availability of food products for the population. State measures regarding operational actions aimed at supporting the level of consumption of citizens who suffered from military actions are defined and commented on. The importance of charitable activities of international public organizations and structures in providing food aid to Ukraine is emphasized. It is shown that the war disrupted the export-import relations of Ukraine with many countries of the world. The "jumps" of price indices for food products and non-alcoholic beverages in the countries of Asia, Africa, Europe, South and North America are displayed and commented on in graphic and tabular form. The necessity of forming a food security system of Ukraine with a long-term strategy for improving the condition of all its components was noted. The expediency of applying the experience of the USA and other Western countries in maintaining the necessary level of food security has been determined. The importance of stimulating the sustainable and balanced development of farming, the organization of public procurement for the creation of reserve and insurance funds is especially emphasized. The expediency of applying the experience of European countries regarding the creation of "food banks" or "food pantries" by local communities to solve current and force majeure problems regarding the availability of food to ordinary citizens was noted. An example of the creation of a food bank in Ukraine and its charitable and humanitarian activities is given. The first positive results of food support for the population affected by hostilities are

shown, thanks to the work of the food bank "Public Organization "Tarylka", which operates on a volunteer basis in Lviv and has offices in Kyiv and Kherson.

***Keywords**: food security, food crisis, consumer price, price index, inflation, consumer market, physical and economic availability of food, state food policy, humanitarian and material and monetary assistance, food bank.*

Овєчкіна Олена Андріївна – д.е.н., доцент, професор кафедри економіки і підприємництва Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, м. Сєвєродонецьк.

Маслош Ольга Володимирівна – к.х.н, доцент, доцент-кафедри економіки і підприємництва Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, м. Сєвєродонецьк.

Шестопалов Владислав Ігорович - здобувач другого (магістерського) рівня освіти кафедри економіки і підприємництва Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, м. Сєвєродонецьк.

Щеглова Анастасія Юріївна - здобувач другого (магістерського) рівня освіти кафедри економіки і підприємництва Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, м. Сєвєродонецьк.

Стаття подана 06.10.2022.

DOI: https://doi.org/10.33216/1998-7927-2022-274-4-41-47

УДК 658.338

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ, ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ

Покровська Н.М.

CONCEPTUALPRINCIPLES OFPOST-WARRECONSTRUCTION OFUKRAINE, ECONOMICASPECTS

Pokrovska N.M.

Стаття присвячена повоєнному відновленню економіки України в умовах глобалізаційних змін світової економіки, спрощених безпрецедентною агресією Росії. Конкретизовано основні концептуальні засади моделювання напрямів відбудови економіки країни з подальшим вступом України до Європейського союзу. Сформульовано авторський підхід до розуміння властивостей та особливостей стадій повоєнної відбудови, які мають бути основною складовою соціально-економічної системи модернізованої країни. Автор вважає, що необхідно враховувати не тільки попередній досвід відбудов, де за основу моделювання покладено ієрархічність і комунікативність, але й сучасний цифровий вплив на економічні явища. У статті проаналізовано попередній досвід грантових допомог постраждалим країнам, а також проілюстровано економічні зміни, які відбулися в країні після російського вторгнення. Виокремлені основні складові, що характеризують ефективність програм після воєнного відновлення з економічної кризи. Через брак прозорих механізмів реалізації реформ економічних процесів, ми звертаємо окрему увагу, на вирішення цього питання, через залучення процесів цифровізації суспільства. Стрімкий розвиток цифрових послуг в економіці потребуватиме розробки системи запобігання та нейтралізації ризиків, створення відповідної нормативно-правової бази в цій сфері, що є основним важелем при подоланні корупції, яка є однією з головних перешкод при повоєнній відбудові. При відбудові, стадії післявоєнної реконструкції повинні бути максимально ефективні та викликати довіру суспільства й міжнародних донорів, а особливо маючи зелений шлях до вступу у ЄС. Зауважено, що на сьогодні вже проводиться постійна підтримка міжнародним співтовариством та виділяються кошти для зменшення зовнішнього фінансового тиску на Україну, поліпшення її платіжного балансу та забезпечення бюджетних потреб, а також підсилення її позиції за валютними резервами. Виходячи з сучасного стану української економіки в процесі глобалізаційних змін та подальшого вступу України до Європейського союзу запропоновано заходи щодо її вдосконалення.

Ключові слова: *повоєнна відбудова, грантова допомога, міжнародна технічна допомога, фіскальна політика,поточні операції, безвуглецева економіка, стандарти даних відкритих контрактів, цифровізація економічної інформації.*

Вступ. Російське вторгнення в Україну є глобальною кризою, яка вразила мільйони людей, і є серйозним економічним шоком невизначеної тривалості та масштабу. Метою повоєнного відновлення країни та подальшої інтеграції економіки України у європейський простір є необхідність реалізувати масштабну програму відновлення. Післявоєнний етап відбудови держави обов'язково буде характеризуватися пошуком нових шляхів щодо розробки стабілізаційних заходів прискорення економічного розвитку, особливо постраждалих регіонів України, у зв'язку зі значними руйнуваннями промислової та соціальної інфраструктури, на тлі дефіциту фінансових ресурсів. У зв'язку з цим, вже зараз стає питання щодо обговорення можливості фінансування повоєнного відновлення України, способів отримання цих грошей та вдалих світових прикладів, за рахунок яких це відбувалося в інших країнах. Проте традиційні шляхи, які виправдовували себе в минулому, стають малоефективні сьогодні, враховуючи велику ступіть цифровізації економік. Отож необхідно проаналізувати світовий досвід і глобальні тренди подолання економічних криз, які відбувалися на протязі останніх десятиріч, враховувати всі останні тренди та зміни в економічних системах. У зв'язку зі складністю цієї проблеми пропонується зосередитися на структурі підходу до вирішення подолання кризового становища, який дозволить більш раціонально використовувати матеріальні і фінансові ресурси, а також кошти міжнародної допомоги Україні. Масштаб економічного впливу конфлікту є дуже невизначеним і частково залежать від тривалості війни та політичних заходів. Але очевидно, що війна призведе до значного короткочасного гальмування глобального зростання та значного збільшення інфляційного тиску у різних економічних системах. Спроба сформувати програми виходу із економічної кризи, спричиненою війною, має базуватися на нових морально-етичних цінностях та принципах відповіда-

льного споживання, що передбачають зведення до мінімуму накопичення природних і будь-яких інших ресурсів, зменшення кількості відходів за рахунок повторного використання товарів, використання відновлювальних ресурсів, упровадження продуктів із великим життєвим циклом, тобто на п'ятому технологічному укладі.

Мета роботи. Метою статті є обґрунтування заходів щодо стабілізації економічної системи України у післявоєнний період на основі трьох стадій реконструкції та за допомогою розробки відповідних стратегій, а саме: стабілізація економічної системи, швидке відновлення економічної інфраструктури та послуг і закладення фундаменту для майбутнього зростання та модернізації економіки України з послідуючою інтеграцією в ЄС. Ці всі процеси повинні відбуватися під пильним наглядом та безпосередньою участю міжнародних інституцій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми надання міжнародної допомоги Україні розглядалися у ряді наукових публікацій, виходячи з того що війна в Україні розпочалась ще у 2014 році. Дана стаття продовжує тематику дослідження міжнародної технічної допомоги Україні від світової спільноти. Українськи науковці вже піклувались питаннями допомоги та було здійснено уточнення понять «міжнародна допомога», «міжнародна технічна допомога», визначено їхтипи та загальні проблеми. У статті К. І. Антонюк, Д. А. Антонюка, Л. М. Бухаріної, В. О. Шишкіна [9] розглядаються результати міжнародної допомоги в Україні. Автори визначають «суперечливість допомоги, дуалізм МТД у контексті забезпечення національної безпеки країни, складність оцінювання реального впливу програм і проектів міжнародних донорів на соціально-економічні перетворення». Питанням відновлення окупованих територій присвячена низка статей А. М. Колосова, А. С. Савченко, Л. В. Беззубко, С. К. Кучеренко, В. І. Ляшенка та інших вчених.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найважливішим наслідком війни в Україні є втрачені життя та криза, пов'язана з величезною кількістю людей також є також численні значні економічні наслідки. До початку війни вважалося, що більшість ключових глобальних макроекономічних змінних повертаються до нормального стану протягом 2022-2023 років після пандемії COVID-19, але неправомірне рішення Росії про вторгнення до нашої держави спричинило нову хвилю економічних змін. У бойових діях Росія застосовує весь спектр наявного у сторін конвенційного озброєння, що призводить до значних руйнувань цивільної інфраструктури, включаючи житло, адміністративні будівлі, медичну, транспортну, енергетичну інфраструктуру, державні підприємства, приватний бізнес тощо. Через вдалий спротив української армії російські війська не змогли досягти стратегічних цілей та понесли значні втрати. Результат та тривалість війни наразі невизначені. Однак, все більш зрозуміло, що Україна має значні шанси вигнати більшість загарбників зі своєї території. Різні уряди та міжнародні організації висловили свою готовність допомогти Україні відновитися після війни. На разі успіхи українських військових дають нагоду прогнозувати закінчення війни протягом року, у зв'язку з цим світова економічно спільнота вже зараз проводить обговорення шляху фінансування повоєнного відновлення України, моделюються способи отримання цих коштів та успішних попередніх світових кейсів, за рахунок яких це відбувалося в інших державах.

Новітня історія має небагато випадків повоєнного відновлення економіки країни, а особливо коли спроби такого відновлення мали успіх. Найвідоміші кейси відбудови: відбудова Австрії після закінчення Першої світової війни, Європи після Другої світової війни (всім відомий, якплан Маршалла), Кореї після Корейської війни, Хорватії після Війни за незалежність. Найбільший період реконструкцій, а саме післявоєнна реконструкція, яка була здійснена з 1946 по 1951 рік, тобто після закінчення Другої світової війни. Це робота міжнародних інституцій Адміністрації ООН з питань допомоги та реабілітації в Європі та Китаю протягом 1943-1946 років, позики Міжнародного банку реконструкції та розвитку Європі, план Маршалла для Західної Європиз 1948 по 1951 рік та економічну допомогу для Японії. З усіх цих програм план Маршалла виділяється як вдала ініціатива.

Міжнародні інституції, які є природними джерелами фінансування (переважно кредитів) та здатні брати участь у реконструкції Україні, це – Світовий банк (СБ), Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР), Європейський інвестиційний банк (ЄІБ), а з боку гуманітарної підтримки - Організація об'єднаних націй (ООН) та організації, такі як "Лікарі без кордонів", можуть надавати необхідну допомогу. Міжнародний валютний фонд (МВФ) може надавати короткострокове фінансування, щоб забезпечити доступ до іноземної валюти та покрити тимчасовий фіскальний дисбаланс [1]. Європейський союз може при згоді всіх своїх членівутворити трастовий фонд для реконструкції України чи застосовувати спеціальні процедури, щоб надати Україні доступ до структурних фондів союзу, які доступні для країн європейської спільноти.

Науковці, які займаються тематикою пост конфліктного економічного відновленню постраждалих країн, в якості загального припущення відмічають те, що кожна спроба реконструкції є унікальною. Проте кожна реконструкція відрізняється таким загальними факторами, а саме: витоки спалаху конфлікту та його вирішення; повне або часткове припинення бойових дій на всій території країни; рівень розвитку економіки країни та її включення до глобальних торгових ланцюжків; ступінь міжнародної політичної підтримки врегулювання; інтерес країндонорів до економіки постраждалої країниз урахуванням інвестиційного потенціалу. Отож, процесз реконструкції повинний бути адаптований до економічних конкретних потреб країни-одержувача.

Післявоєнна Україна, на нашу думку, матиме наступні загальні характеристики:

– Україна не розділена та принаймні зберігає значну частину своїх територій;

– державні інституції продовжують функціонувати;

– Україна має витрачати значні гроші на свою безпеку протягом дуже тривалого періоду;

– фізичні руйнування усхідній частині доволі значні, проте у західній частині незначні;

– державний борг значний, фіскальний дефіцит переважно фінансується за рахунок міжнародної допомоги та центробанку;

– обмінний курс регулюється НБУ (не є ринковим), гривня імовірно переоцінена;

– у домогосподарств дуже мало чи практично відсутні активи, низькі доходи, більшість кредитів не обслуговуються.

Західна Європа після Другої світової війни та Корея після Корейської війни характеризувались великими фізичними пошкодження та руйнуваннями існуючих економічних ланцюжків та промислових кластерів. Ефективність віднови за планом Маршалла та Кореї до сир пір є предметом палких дискусій в економічних колах науковців. Але сам факт такої допомоги спонукав відновленню довіри як між контрагентами, тобто воюючими країнами, що мали відновити стосунки після війни, так і довірі до спроможності держави виконувати свої зобов'язання. Наприклад, допомога агросектору, яка у тому числі надавалася через закупівлю кормів, надавала оптимізму фермерам у прийнятті рішень при вирощування худоби (поголів'я якої дуже скоротилося внаслідок війни), так і виробникам кормів, що вирощували комбікорми. Крім того, державі, що отримувала допомогу, було легше залучати кошти на фінансування бюджету, і таким чином, забезпечити довгоочікувану макроекономічну стабілізацію [11]. Економічна допомога надавалася в обсягах, що не могла покрити всі необхідні витрати на відновлення зруйнованих інфраструктур, проте вона все одно мала значний позитивний вплив на відновлення та залучення інвестицій.

Вдала реконструкція Південної Кореї показує, що участь уряду в процесі прийняття рішень щодо розподілу донорської допомоги та розробки економічної стратегії розвитку країни є одним із факторів блискучої повоєнної відбудови. У залежності від вибраної стратегії урядом країни реципієнта щодо відновлення економіки та в її узгодження, інтересів донорів можуть не завжди збігатися. Тому саме, уряд повинен бути гнучким щодо стратегій та методів відновлення та мати можливість прийняття рішень, тоді як донорські організаціїчи країни повинні мати можливості щодо контролю цільового використання наданих фінансів. Виходячи з цього, фінансова підтримка має бути переважно у вигляді грантового (тобто безповоротного і безоплатного) фінансування, оскільки необхідність повернення кредитного фінансування впливатиме на платіжний баланс післявоєнної України та може спричинити серйозне зростання державного боргу, який в умовах війни і так має цю тенденцію, але вона обов'язково контрольована. Аналізуючи післявоєнний план Маршалла і повоєнне відновлення Кореї, бачимо, що відновлення держав було переважно за рахунок грантів. Також необхідно створити спеціальні агенціїчи фонд схожий на Адміністрацію економічної співпраці (Economic Cooperation Administration, ECA), який адміністрував план Маршалла. Агенція має узгоджувати роботу донорів, використовувати конкурентні переваги різних донорів, щоб вирішувати певні економічні та гуманітарні потреби та бути єдиною точкою комунікації для української влади.

Під час повоєнної реконструкції Адміністрація економічної співпраці та кожна країна-отримувач допомоги спочатку аналізували стан своєї економіки та визначали основні проблеми. На базі такої інвентаризації потім було спільно з провідними фінансистами розроблено серію економічних щорічних програм, кожна з яких була розбита на квартали. Ці програми містили перелік головних економічних підгалузей, які потребували фінансування. Щокварталу ECA затверджувала кожен новий реконструаційний проект, який фінансувався за кошти Плану Маршалла без подальших внесків уряда-отримувача. ECA повинна була передати замовнику-уряду гроші протягом 20 календарних днів, а урядзобов'язувавсязавершити проект протягом 4 місяців. Якщо уряд не встигав впоратись з реформами, то фінансування припинялось. На разі уряду України вдається утримати економіку від повного колапсу, але фіскальна стабільність повністю залежить від зовнішньої підтримки. Уряд разом з міністерством економіки, використовуючи непрямі методи аналізу та інструменти моделювання оцінили зниження ВВП з березня 2022 року на рівні 47–50% (відповідно до цього ж періоду 2021 року), що спричинило падіння за I квартал на 15,1%. З огляду на рахунок поточних операцій зростає невизначеність і у дуже короткостроковій перспективі стійкі зміни операцій. Оцінки втрати виробничої потужності та економічної активності у 2022 році коливаються у межах 30% до 50%. Майже половина підприємств скоротили або призупинили свою діяльність (за аналізом Київської школи економіки) [5]. Імпортні операціївпали через скорочення поставок ключових товарів, проте вони впали менше, ніж експортні, що посилює тиск на фінансування рахунку поточних операцій. Водночас з початку війни податкові надходження впали на 80% [2]. Уряд значною мірою покладається на грошове зовнішнє фінансування та кредитування, щоб задовольнити свої потреби у фінансуванні у розмірі приблизно 4,7 мільярдів євро на місяць (рис.).

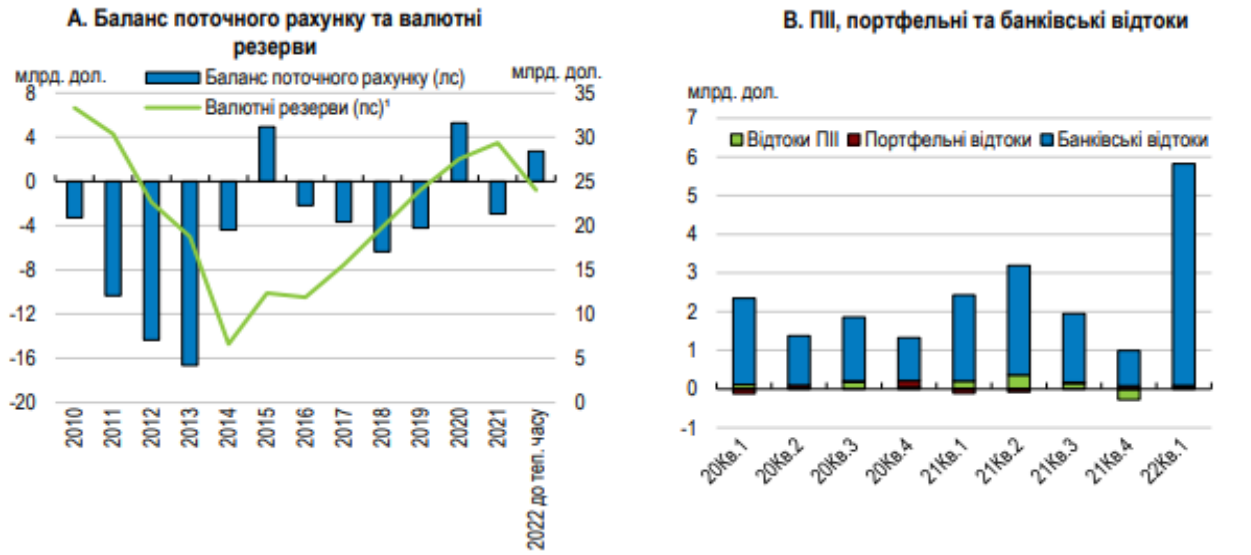

Рис. Валютні резерви України Джерело: CEIC [3]

У період з 24 лютого по 7 червня 2022 року Україна отримала понад 7,9 мільярдів доларів США в основному у вигляді гуманітарних грантів і 49,4 мільярдів доларів США у вигляді кредитів та іншого фінансування, що підлягає поверненню. Низка зовнішніх партнерів пообіцяли надавати подальшу суттєву підтримку, хоча частку грантового фінансування важко оцінити. Аналізуючи цю ситуацію, а також анонсовані зобов'язання міжнародних партнерів на суму понад 28 мільярдів євро з вересня 2022 року НБУ обмежить виснаження фіскальних резервів до 9 мільярдів євро в 2022 році [2]. Продовжуючи фінансову підтримку України та наскільки це можливо, потрібно долучати гранти або позики з дуже тривалими термінами погашення та низькими фіксованими процентами обслуговування. Отримання чіткості і попередніх зобов'язань від міжнародних партнерів щодо термінів і обсягів виплат надасть уряду більшу впевненість та стабілізує грошовий ринок. Обмеження валових потреб державного сектору у фінансуванні зменшить витратний тиск і вразливість, особливо на першій стадії реконструкцій. Отож ми можемо констатувати, що зараз відбувається перша стадія по стабілізації економічної системи, наразі під час воєнних дій.

Здійснивши аналіз надання фінансової міжнародної допомоги, запропонуємо три стадії реконструкції, а саме: стабілізація економічної системи, швидке відновлення економічної інфраструктури та послуг, закладення фундаменту для майбутнього зростання та модернізації економіки України з послідуючою інтеграцією в ЄС. Більш детально ці напрями представлено в таблиці.

У Швейцарії 4-5 липня 2022 року спільно з Україною пройшла Міжнародна конференція з питань відновлення України (URC 2022) у м. Лугано та стала унікальною можливістю для України поділитися своїм планом відновлення, щоб налагодити взаємодію з міжнародними партнерами для найкращого вирішення завдань і викликів, що стоять перед Україною.Проте за її результатом не було ухвалено чіткого плану реконструкції України, тому у цьому напрямку нам доведеться ще працювати,як на арені бойових дій так і на економічному фронті. Наразі ми отримали 600 млн доларів як фінансову підтримку, біля 500 млн доларів - для розвитку нашого аграрного сектору, понад 500 млн доларів - для підготовки до опалювального сезону та майже 250 млн доларів-для розвитку проектів цифрової трансформації України [11].

Українські інституції не мають точної інформації про пошкоджену власність для ефективного управління і через війну ця ситуація погіршиться, ризики інфлювання або недоврахування збитків тільки від цього погіршуються. Потрібна якомога повна цифровізація інформації про державні активи та збитки, зведення фінансової інформації, цифровізація інформації про збитки, запровадження відкритого доступу до всіх видів інформації, щодо будь якої формивласності (крім секретної інформації).

Поки триває війна тривають обстріли і руйнування, ускладнений експорт товарів, дедалі більше стає дефіцит бюджету і зробити точні прогнози, скільки коштів потрібно буде для відбудови країни майже не можливо. Проте необхідно мати стратегічне бачення основних напрямів у повоєнній відбудові, що підсилює необхідність продовження наукових досліджень в цьому напрямку.

Таблиця

Стадії післявоєнної реконструкції України

Стадії післявоєнної реконструкції	Заходи
Стабілізація економічної системи	– МВФ та інші організації надають надзвичайне фінансування українському уряду; – Залучені кошти спрямуються на усунення фіскального дефіциту та підтримання цінової стабільності та конкурентоздатності гривні; – Розгортаються програми зайнятості/відкриття бізнесу для переміщених осіб та постраждалих; – Будівництво житлових та інфраструктурних приміщень з акцентом на легкі модульні конструкції; – Технічна допомога з евакуацією виробництва (де це можливо чи доцільно) чи повернення його на звільнену територію; – Підсилення українського експорту до ЄС та інших країн, щоб надходила валюта. Наприклад, Україна приєднана до електромережі ЄС та має надмірні потужності (споживання електроенергії впало на 30%), то експортує її до ЄС; – Юридична допомога з урядовим плануванням та конфіскацією російських активів; – Логістична підтримка для забезпечення зв'язку всіх регіонів.
Відновлення економічної системи	– Введення жорсткої фіскальної політики, що попереджує дефолту за державним боргом, для забезпечення стабільність банківської системи та збереження доступ до зовнішнього фінансування потрібно реструктуризація боргів; – Центральний банк повертається до режиму інфляційного таргетування та запроваджує більш гнучкий валютний курс; – Використання політики процентних ставок, щоб збалансувати між необхідним контролем інфляції та підтримкою економічного відновлення; – Розробка та узгодження з регулятором плану щодо рекапіталізації для кожного українського банку; – Надання кредитів підприємствам, в першу чергу, тим, які можуть принести значне зростання та валютні доходи з мінімальними інвестиціями. Наприклад: IT компанії, агропідприємства, металургічні підприємства, якщо вони не зруйновані бойовими діями; – Впровадження Стандартів даних відкритих контрактів (Open Contracting Data Standards, OCDS) – це набір настанов, що описують, як публікувати дані та документи на різних стадіях публічних закупівель, щоб їх підвищити прозорість; – Масштабне будівництво житла за сучасними технологіями збірних будинків, бо відсутність житла може уповільнити повернення біженців, що негативно відіб'ється на трудових резервах; – Агробізнес як основний експортер має отримати матеріали, техніку та іншу допомогу, щоб забезпечити посівну,зберігання та подальше відвантаження на експорт.
Модернізація економіки України для інтеграції з ЄС	– Запровадження в країні 4 свобод (критеріїв Європейського економічного простору): вільний рух товарів; вільний рух послуг, вільний рух капіталів, вільне переміщення робочої сили; – Укладення з ЄС Угоди про оцінку відповідності та прийнятність промислової продукції (АСАА); – Максимальна цифронізація усунення надмірних й застарілих процедур отримання державних послуг бізнесом; – Створення безвуглецевої економіки, можливість "технологічного стрибка" та спосіб координування інвестиції у майбутньому, а також максимально зніжити залежність від газу; – Розроблення карти Національним банком України, щоб спростити входження європейських банків до України та узгодження її з Європейським центральним банком; – Впровадження субсидованої програми страхування для інвесторів, які братимуть участь у реконструкції України, через міжнародні інституції (ЄІБ, ЄБРР, СБ тощо), тобто вони можуть надавати субсидію (зниження податків, субсидовані кредити, доступ до експортно-імпортних кредитів) фірмам, які інвестують в Україну; – Надавати технічну допомогу, щоб забезпечити застосування надсучасних практик будівництва. Наприклад: модель Сінгапуру (житло у привабливих зелених мікрорайонах з послугами, такими як магазини, ресторани, школи та громадський транспорт) може бути прикладом модернізації та стимулом повернення переміщених осіб; – Запровадження сертифікації ЄС замість української – це те, що можна зробити швидко і без додаткових витрат; – Подальша децентралізація економічної та політичної влади має поліпшити розподіл ресурсів, запровадити більше конкуренції та збудувати економічні місцеві громади; – Замінити головні економічні інституційні угоди, побудовані за радянськими стандартами. Наприклад: Трудовий кодекс (1970р.), Податковий кодекс узгодити ці угоди відповідно до стандартів ЄС; – Створити з ЄС одну логістичну систему через утворення спільних підприємств із європейськими транспортними компаніями (залізниця, автобани, трубопроводи, мости), щоб український експорт можна було спрямовувати у Європу чи до європейських транспортних хабів; – Розвиток смартекономіки, інклюзивного ринку праці та ергономічних робочих місць для осіб з інвалідністю.

Висновки. Відбудова України буде однією з передумов забезпечення стабільності і миру в Європі. Враховуючи міжнародний досвід відновлення, констатуємо, що при відбудові стадії післявоєнної реконструкції повинні бути максимально ефективні та викликати довіру суспільства й міжнародних донорів, а особливо маючи зелений шлях до вступу у ЄС. На цьому шляху наші опоненти бачать ризики в корупції, невідповідності реформ та гармонізації законодавства і таке інше. Об'єми завдань з відновлення та можливості сучасних цифрових технологій формують унікальні виклики та створюють сприятливе підґрунтя для креативних рішень для їх вирішення. Динаміка останніх місяців військових дій на фронті (зокрема вдалих дії військових сил України на всій лінії зіткнення) підтверджує основні гіпотези щодо характеристик післявоєнного функціонування України, в яких Україна зберігає потужні діючі управлінські та соціальні інститути, але має величезне навантаження на економічну систему та державний бюджет.Тому Україні, як ніколи, треба піклуватися щодо ефективного залучення міжнародних партнерів та впровадження нового плану Маршалу. Реальна перспектива вступу до ЄС – це потужний стимул для України узгодити з ЄС своє регулятивне й законодавче поле, щоб забезпечити верховенство права, низьку корупцію, сильну демократію та розвинуту потужну економічну систему сучасного виду.

Література

1. The United Nations [Електронний ресурс]. – URL: http://www.un.org
2. URC 2022 – ІІ'ята Міжнародна конференція з питань реформ в Україні [Електронний ресурс].– URL: https://ua.urc2022.com/materiali-konferenciyi
3. CEIC Data. [Електронний ресурс]. – URL: https://www.ceicdata.com/en/country/ukraine
4. Economic and Social Impactsand Policy Implications of the Warin Ukraine [Електронний ресурс]. – URL: https://www.oecd-ilibrary.org/sites/4181d61b-en/index.html?itemId=/content/publication/4181d61b-en#section-d1e109
5. Відновлення України: побудова більш сталої, процвітаючої та стійкої економіки [Електронний ресурс]. – URL: https://uploads-ssl.webflow.com/625d81ec8313622a52e2f031/631985c8ab8fa2e9c1b1e3ba_UA%20Economic%20Recovery_UKR.pdf
6. Шаповал Н., Федосеєнко М., Грибановський О., Терещенко О., Повоєнне відновлення України. Нові ринки та цифрові рішення [Електронний ресурс]. – URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2022/09/Digital-instruments-in-Ukrainian-recovery.pdf
7. Антонюк К. І., Антонюк Д.А., Бухаріна Л.М, Шишкіна В.О. Дуалізм міжнародної технічної допомоги в контексті соціального, фінансово-економічого розвитку та безпеки споживання в Україні. /Антонюк К. І., Антонюк Д.А., Бухаріна Л.М, Шишкіна В.О.// Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2019. –№ 28. –С. 462-471.
8. Інформація щодо міжнародної технічної допомоги, що надається Україні за результатами проведеного Міністерством економрозвитку моніторингу проєктів за 2021 рік [Електронний ресурс]. – Київ: Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – 2021. – URL: https://mof.gov.ua/uk/monitoring_of_international_technical_assistance_projects-422
9. Братко І. В. Правове регулювання міжнародної технічної допомоги: стан, тенденції та перспективи розвитку: монограф. / за ред. А. І. Дмитрієва; Укр. держ. ун-т фінансів та міжнар. торгівлі, Ін-т міжнар. відносин Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. – Одеса: Фенікс, 2011. – 248 с.
10. Тульчинська С. О. Оцінка та шляхи підвищення платоспроможності підприємств України в кризових умовах / С. О. Тульчинська // Сучасні проблеми економіки і підприємництво : збірник наукових праць. – 2010. – Вип. 5(частина ІІІ). – С. 47-51.
11. Шапран О. Маркетингове обґрунтування заходів щодо стабілізації економічної системи України у післявоєнний період на основі шеренгової економіки /О. Шапран // Вісник Національного технічного університету"Харківський політехнічний інститут"(економічні науки).–2022. –№ 1. – С. 3-7.

Reerences

1. The United Nations [Electronic resource]. – URL: http://www.un.org
2. URC 2022 – Fifth International Conferenceon Reformsin Ukraine [Electronic resource]. – URL: https://ua.urc2022.com/materiali-konferenciyi
3. CEIC Data [Electronic resource]. – URL: https://www.ceicdata.com/en/country/ukraine
4. Economic and Social Impactsand Policy Implications of the Warin Ukraine [Electronic resource]. – URL: https://www.oecd-ilibrary.org/sites/4181d61b-en/index.html?itemId=/content/publication/4181d61b-en#section-d1e109
5. Recovery of Ukraine: building a morestable, prosperousand sustainable economy [Electronic resource]. – URL: https://uploads-ssl.webflow.com/625d81ec8313622a52e2f031/631985c8ab8fa2e9c1b1e3ba_UA%20Economic%20Recovery_UKR.pdf
6. Shapoval N., Fedoseyenko M., Hrybanovskyi O., Tereshchenko O. Postwar recovery of Ukraine. New market sand digitalsolutions [Electronic resource]. – URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2022/09/Digital-instruments-in-Ukrainian-recovery.pdf
7. Antonyuk K.I., Antonyuk D.A., Bukharina L.M., Shishkina V.O. The dualism of international technical assistance in the context of social, financial and economic developmentand consumersafety in Ukraine. /Antonyuk K.I., Antonyuk D.A., Bukharina L.M, Shishkina V.O.// Financial and credit activity: problems of theory and practice, 2019. No. 28. P. 462-471.
8. Information on international technical assistance provided to Ukraine based on there sults of project monitoring conducted by the Ministry of Economic Development for 2021 [Electronic resource]. – Kyiv: Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine, 2021. – URL: https://mof.gov.ua/uk/monitoring_of_international_technical_assistance_projects-422
9. Bratko I. V. Legal regulation of international technical assistance: state, trend sand prospects for development: monograph. / edited by A. I. Dmitrieva; Ukraine state University of Finance and International of Trade,

International Instituterelations Kyiv. National Taras Shevchenko University. – Odesa: Phoenix, 2011. – 248 p.
10. Tulchynska S. O. Evaluation and way sofincreasing the solvency of Ukrainian enterprisesincrisis conditions / S. O. Tulchynska // Modern problems of economy and entrepreneurship: collection of scientific works, 2010. – Issue 5 (part III). – P. 47-51.
11. Shapran O. Marketing justification of measures to stabilize the economic system of Ukrainein the post-warpe riod on the basis of the rank-and-file economy / O. Shapran // Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences). – 2022. –№ 1. – C. 3-7.

Pokrovska N.M. Conceptual principles of post-warre construction of Ukraine, economic aspects.

The article is devoted to the post-war recovery of Ukraine's economy in the conditions of globalization changes in the world economy facilitated by Russia's unprecedented aggression. The main conceptual principles of modeling directions for the reconstruction of the country's economy with the subsequent accession of Ukraine to the European Union have been specified. The author's approach to understanding the properties and features of the stages of post-war reconstruction, which should be the main component of the socio-economic system of a modernized country, is formulated: the author believes that it is necessary to take into account not only the previous experience of reconstruction, where the modeling is based on hierarchy and communication, but also modern digital influence on economic phenomena. The article analyzes the previous experience of grant aid to the affected countries, and also illustrates the economic changes that took place in the country after the Russian invasion. The main components characterizing the effectiveness of the post-war recovery programs from the economic crisis are singled out. Due to the lack of transparent mechanisms for the implementation of reforms of economic processes, we pay particular attention to the solution of this issue, through the involvement of processes of digitalization of society. The rapid development of digital services in the economy will require the development of a system of prevention and neutralization of risks and the creation of an appropriate legal framework in this area and is the main lever in overcoming corruption, which is one of the main obstacles in post-war reconstruction. It was noted that today the international community is already providing constant support and funds are allocated to reduce external financial pressure on Ukraine, improve its balance of payments and ensure budgetary needs, as well as strengthen its position in terms of foreign exchange reserves. Proceeding from the current state of the Ukrainian economy in the process of globalization changes and subsequent accession of Ukraine to the European Union, measures for its improvement are proposed.

Keywords: *post-war reconstruction, grant aid, international technical assistance, fiscal policy, current operations, carbon-free economy, open contract data standards, digitalization of economic information.*

Покровська Наталія Миколаївна – к.е.н. старший викладач кафедри економіки і підприємництва Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
https://orcid.org/0000-0002-0699-0362

Стаття подана 07.10.2022.

DOI: https://doi.org/10.33216/1998-7927-2022-274-4-48-52

УДК 656.656

TRANSPORT LOGISTICS AS A TOOL FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF THE ORGANIZATION

Ptashchenko O.V., Sokhatska O.M.

ТРАНСПОРТНА ЛОГІСТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Пташенко О.В., Сохацька О.М.

The presented work describes the logistics activity of the enterprise (organization) from the point of view of the use of transport logistics. The essence of transport logistics, as a scientific and practical tool for the joint management of many economically independent market structures, which allows to achieve a rational organization of flow processes that occur in a space-time sequence, with the aim of identifying and implementing potential management reserves and obtaining additional income and profit by these structures, mainly at the expense of socially useful, mainly industrial, factors and sources.

Logistics activities at the enterprise are carried out with the help of the development of a logistics plan, on the basis of which a logistics strategy is formed. In the process of developing a logistics plan and strategy, the purpose and tasks of logistics activity, as well as its direction, are the defining components. Regarding the interpretation of the specified characteristic elements of logistics activity by scientists, there is no single point of view here either. It should be noted that the existing differences in views are characteristic of the stage of formation and development of logistics activity as a type of economic activity.

The logistics activity of the enterprise should ensure the optimization of sales activities and the acceleration of its management processes. The development of transport logistics in particular ensures the optimization of distribution and promotion channels, which in turn becomes one of the competitive advantages of an organization or enterprise.

When writing the work, the method of analysis was used to determine the essence of the concept of transport logistics, the methods of induction and deduction to form an idea about the logistics activity of the organization (enterprise).

The main result of the presented work is the confirmation of the thesis that the interests of consumers require from the manufacturing companies not only the adaptation of the product to the needs of a specific buyer, but also the support of constant feedback with him and the adaptation of the entire chain to such needs. The result of the implementation of these conditions is an increase in the quality of service and, above all, a reduction in the time of order fulfillment and compliance with the agreed delivery schedule.

Keywords: *logistics tools, logistics, transport networks, logistics system, logistics activity*

Introduction. The harsh conditions of the competitive environment in the conditions of the post-industrial economy require the use of new approaches to planning and managing the movement of goods flows from the manufacturer of finished products to the consumer, based on the principles of transport logistics, and the growth of its role in ensuring the efficiency of economic activity necessitated a review of the definition of this term.

First, transport logistics is part of the general theory of management, but it is distinguished from it by its specificity, which consists in the management of various flow processes that have a spatio-temporal sequence. From which follows the conclusion that the object of its use can be any activity where a set of processes or events has an alternative sequence in space and time and considers many options for its organization and management according to certain criteria.

Secondly, the peculiarity of transport logistics is its ability not only to manage flow processes, but also to ensure the organization of their rational management in order to identify hidden management reserves, mainly in the form of additional income and profit. Thirdly, a feature of transport logistics is its purpose for reorganizing the forms and methods of managing flow processes in order to identify and use additional reserves at the expense of productive factors and sources. This is most characteristic of the evolutionarily adjusted market economy of developed countries.

Logistics is considered as a field of scientific activity, which is aimed at creating a system of industrial and commercial relations at the micro, meso, and macro levels based on the principles of integration and optimization of material (material resources, semi-finished products, finished products), information (paper or electronic documentation), financial (financial resources), service (services of transport

companies, forwarding companies, wholesale and retail intermediaries, etc.), innovative (scientific ideas, developments), personnel and investment flows in the short- and long-term with the aim of ensuring profit maximization, increasing market share and achieving long-term competitive advantages [1,2, 3, 5].

Analysis of basic research and publications. Logistics activity and its elements are reflected in the works of many domestic and foreign researchers. So, for example, Stock J.R. [9] points out that logistics activity is aimed at "moving and storing materials as they move along the chain." Ye/. Krykavskyi [4] presents logistics activity as a toolkit in solving logistics tasks. From the above, it can be concluded that the direction vector of logistics activity is material flows, which must be planned, organized, moved and stored, managed and coordinated.

According to L. Yu. Mykhalchuk [5], the efficiency of logistics activities is an indicator (or a system of indicators) that characterizes the level of quality of the enterprise's functioning at a certain level of total logistics costs. From the point of view of the consumer, who is the final link of the logistics chain, the efficiency of logistics activity is determined by the level of service quality of his order. Efficiency also means the degree of completeness and quality of solving the task set before the enterprise, its fulfillment of its purpose. The efficiency of logistics activity is the ratio between the specified (target) indicator of the result of the enterprise's functioning and the actual one. Also, the efficiency of logistics activity is the degree of actual achievement of the result.

Thus, there are many interpretations of the concept of logistics, logistics activity and its components. At the same time, every year the issue of improving logistics activities and its tools becomes more important and relevant. That is why further consideration of transport logistics is relevant and timely.

Aim The purpose of this study is to investigate the components of transport logistics to improve the efficiency of the organization.

Research materials and results. Logistic activity at the enterprise is aimed at rational organization, support of rhythmic work and optimization of the economic activity of the enterprise as a whole, providing it with the following competitive advantages: leadership in minimum costs; timely fulfillment of all orders and timely delivery of finished products are guaranteed; at the request of customers, products can be unique; depending on the conditions of supply and demand, flexible regulation of the production volume is possible; expansion of service services; increasing the competitiveness of manufactured products, etc. Logistics activity is directed not only to the optimal organization of internal flows, but also to the external environment in order to reduce costs in supply, production and sales chains. This requires a complex logistics analysis, which is carried out in order to develop measures to reduce logistics costs and better meet consumer requirements. An important link of logistics activity at the enterprise is the sphere of sales. Its place is determined by connections with the spheres of supply, production and customer service. In the field of sales, logistics is aimed at effective organization of the structure of sales channels, sales centers; efficient organization of transportation of finished products, containers, and waste; rational organization and use of warehouses, warehouses, terminals; risk insurance. Between producers and consumers there is always a certain number of intermediaries, cooperation with which must be optimized.

So let's consider the use of transport logistics on the example of ensuring the rear supply of the National Guard of Ukraine.

According to the conditions of the post-industrial economy, the central link of the rear support of the military units of the National Guard of Ukraine should be the system of transport logistics, which ensures efficient and prompt satisfaction of the army's needs in the necessary supplies.

An important condition for the provision of resources for the units of the National Guard of Ukraine is the search for reserves to reduce the costs of procurement, storage, unloading, loading and shipping of products. Reducing the costs of transport and storage operations increases the economic efficiency of the material and rear support of the troops. The choice of the optimal cost option for logistics operations plays a significant role. The effectiveness of the rear and material support of military units is directly related to the effectiveness of the operational cost control system. The tendency to increase costs leads to the need to analyze logistics activities in order to identify sources of possible savings. The need to reduce logistics costs is due to the increase in product prices, on the one hand, and the limitation of the size of sales markets, which does not allow increasing the volume of production, on the other.

At the same time, it does not always make sense to set oneself the task of reducing logistics costs, associating increased profitability with changes in tariffs, taxes, and prices for raw materials. The simple path of reduction, which in practice converges on most cost minimization programs, can lead to a weakening of the effectiveness of the system of rear and material support of military units. Logistics costs should be 5-35% of the total volume of purchases. Logistics costs, as a rule, make up one of the largest parts of the costs associated with the rear and material support of military units.

The analysis of logistics cost structures shows that the largest share of them is occupied by inventory management costs (20-40%), transport costs (15-35%) and administrative costs (9-14%) [2].

In general, the main concept describing the effectiveness of logistics costs is the concept of total costs or total cost, which was introduced by L. Howard, D. Culliton and D. Steele. They showed how the approach from the position of total costs justifies the high costs of logistics operations [11]. The essence of

this concept is that, if the costs for high-quality and timely service to consumers (in our case - military units of the National Guard of Ukraine) allow to reduce or completely eliminate other costs (in particular, for warehousing and storage of stocks), then in parallel there is a reduction in total costs financial support. The main advantages of logistics cost management as a means of increasing the efficiency of the rear support of the military units of the National Guard of Ukraine are the purchase and use of competitive products at the expense of lower costs and, accordingly, a reduction in the price of a product unit; the availability of high-quality and real information about the logistics costs of certain types of products; providing objective data for making reasonable and effective management decisions regarding the rear support of the army.

Thus, it is becoming more and more obvious that competitive advantage comes from the ability to combine a network of related organizations, which in our time has been called a "logistics supply chain." Moreover, in today's economic environment, markets are becoming more volatile and, therefore, less predictable. Thus, the need for an adaptive response is increasing.

Meeting the needs of the military units of the National Guard of Ukraine and market knowledge are crucial elements for consideration when the command tries to develop a new logistics strategy [1]. Only with a complete understanding of the needs and limitations of the market, the command of military units can make an attempt to develop a strategy that will satisfy both the participants of the logistics chain and the end consumers (ie, soldiers and officers of the National Guard of Ukraine). Initiatives to improve logistics chain performance are aimed at balancing supply and demand by reducing costs while more fully meeting the requirements of military units. This determines the reduction of uncertainty in the logistics chain as much as possible, ensuring the predictability of demand for the previous sections of the logistics chain. However, sometimes uncertainty in the supply chain is difficult to avoid due to the nature of the product. For example, if the demand for a product is subject to changes in fashion and is less dependent on the intrinsic utility of the product, then it is less predictable.

Therefore, the command of the military units of the National Guard of Ukraine has to come to terms with uncertainty, but it is necessary to develop a strategy that will still allow balancing supply and demand.

Considerable interest has recently been shown in the concept of "clean production" and the broader concept of "clean enterprise" [3, 6-8, 11]. In the context of our scientific work, we will explain that the concept of "clarity" is quite effectively applied in conditions of relative stability, predictability of demand and low uncertainty. On the contrary, in conditions where the demand and needs of military units vary greatly, there is a need for a high level of adaptability of the logistics chain. Within the scope of the study of possible options for the application of concepts, it is necessary, in our opinion, to show different conditions under which these concepts can be combined, ensuring high competitiveness of the chain, capable of winning in a changing and competitive environment. To begin, we will point out important differences in the two concepts, as well as how one of them can benefit from the implementation of the other. Both adaptability and clarity make demands for high product quality.

They also require minimizing the total lead time, which is defined as the time from the submission of a request by the command of military units to the delivery of the goods to military warehouses. Total lead time must be minimized to ensure adaptability, as demand is highly variable and difficult to predict. If the chain has long delivery periods, the supplier cannot respond quickly enough to the needs of the military units of the National Guard of Ukraine. In addition, effective restructuring to reduce operating cycles always leads to reduced production costs and increased productivity. Delivery times must be reduced in clean production relative to excess delivery time as unnecessary costs, and cleanness implies the elimination of all unnecessary (redundant) costs. The difference between clarity and adaptability in terms of providing added value to the customer is that service level (availability) is a critical metric for adaptability, while cost and low selling price are closely related to clarity. However, where the concept of reducing total cycle time with effective implementation is a sufficient condition for achieving lean manufacturing, it is only one condition for achieving adaptive supply.

Thus, the use of transport logistics in the system of rear and material support of the military units of the National Guard of Ukraine in the conditions of reforming the economy of Ukraine cannot be limited only to the rationalization of logistics management systems, but must be accompanied by their parallel transformation into systems. As a result, the effect of its use will far exceed the additional benefit of business entities from the rational (optimal) management organization of their flow processes. Consideration of the potential of logistics and its components is due to the need to develop a mechanism for assessing the possibility of applying modern economic approaches for the rear support of the army. An assessment of its potential will make it possible to reveal the hidden reserves of the rear support system, and therefore to increase the return from a more reasonable use of modern economic tools, increase the efficiency of logistics processes, and obtain such an economic effect as reducing costs and time in the areas of rear support of military units and the circulation of goods.

Conclusions from this study and prospects for further research in this direction.

From this, we can conclude that transport logistics is a scientific and practical tool for the joint management of many economically independent market structures, which allows achieving a rational organization of flow processes that occur in a space-

time sequence, with the aim of identifying and realizing potential management reserves and obtaining additional income and profit by these structures mainly at the expense of socially beneficial, mainly industrial, factors and sources. The very concept of logistics contains significant reserves of time savings and cost optimization for logistics operations. The experience of leading foreign countries proves the high efficiency of logistics in obtaining sustainable competitive advantages. Thanks to it, enterprises provide the necessary level of service to the end consumer, while providing him with certain additional benefits (values). These additional values can relate to the elasticity of deliveries in relation to the size of the lot, and elasticity in relation to the terms of payment, and elasticity in relation to the terms and place of order fulfillment.

Analyzing primary and secondary value-added activities helps identify where in the supply chain the greatest value growth occurs and where there are potential opportunities to increase value by relocating activities and improving their integration. At the same time, individual logistics actions do not add value, but only increase costs. Therefore, one of the most important tasks of logistics management is the elimination of the time of operations that do not add to the value of the product, thus achieving a reduction of the logistics cycle. Today's accepted logistics ideology "customer focused manufacturing" (production oriented to the buyer) puts forward the requirements of production flexibility and the use of feedback between the stages of goods movement in the first place.

According to these requirements, adaptation to the interests of consumers requires from the manufacturing enterprises not only the adaptation of the product to the needs of a specific buyer, but also the support of constant feedback with him and the adaptation of the entire chain to such needs. The result of the implementation of these conditions is an increase in the quality of service and, above all, a reduction in the time of order fulfillment and compliance with the agreed delivery schedule.

Thus, the time factor, along with the price and quality of products, determines the success of the operation of the enterprise in the modern market, and the indicator of the duration of the logistics cycle as a separate case of it, together with indicators of logistics costs, the level of maintenance, reliability of supplies, is used as a criterion for evaluating the effectiveness of the logistics management.

References

1. Волкова Е. Основные проблемы управления материальными запасами/ Е. Волкова, Г.А.Портнова//Актуальні питання менеджменту в сучасних умовах/Донец. нац. техн. ун-т. Донецьк, 2007. С.288-290
2. Голота О. П. Економічні чинники воєнної безпеки [Текст] / О. П. Голота, В. В. Леонов // Стратегічні пріоритети. 2012. Т. 2, № 23. С. 160–166.
3. Дикань В.Л. Актуальность улучшения системы комбинированных перевозок в международной транспортной сети. Вісник економіки транспорту і промисловості: Зб. наук. праць. Харків: УкрДАЗТ, 2006. № 13. С. 13–20.
4. Крикавський Є.В. Логістична концепція європейської інтеграції економіки України / Є.В Крикавський // Випуск XXIV НАН України. Львів: Інститут регіональних досліджень. 2001. С. 555–558.
5. Михальчук Л. Ю. Аналіз впливу логістичних витрат на ефективність функціонування логістичної системи. Вісник Хмельницького національного університету. 2009. №1. С. 30–34.
6. Mariya Naumenko, Nataliia Valiavska, Mariia Saiensus, Olena Ptashchenko, Vitalii Nikitiuk, Anton Saliuk, Optimization Model of the Enterprise Logistics System Using Information Technologies, International Journal of Management, 11 (5), 2020, pp. 54-64. http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=5
7. Птащенко О.В., Кущ Я.М. Особливості логістичної діяльності в різних умовах господарювання. Бізнес Інформ. 2019. №12. С. 234–239.
8. Птащенко О.В., Архіпова Д.Є. Особливості логістичного процесу в сучасних умовах господарювання. Науковий фаховий журнал «Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. СЕРІЯ «ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ». – Київ, КНУТД, 2019. - № 6 (141), 2019. – С. 148–155.
https://doi.org/10.30857/2413-0117.2019.6.14
9. Сток Дж. Р. Стратегическое управление логистикой / Дж. Р Сток., Д.М. Ламборт. – М.: ИНФРА-М. 2013. 797 с.
10. Устенко М.О «Основні проблеми транспортної логістики» УкрДАЗТ // Вісник економіки транспорту і промисловості. 2010. № 29. С. 2–5.
11. Хазанович О. І. Система матеріально-технічного забезпечення. Ретроспектива розвитку та напрямки удосконалення / О. І. Хазанович. К. : Наука і оборона. 2007. № 1. С. 53-57.

References

1. Volkova E. Osnovnye problemy upravlenyya materyal′nymy zapasamy/ E. Volkova, H.A.Portnova//Aktual′ni pytannya menedzhmentu v suchasnykh umovakh/Donets. nats. tekhn. un-t. Donets′k, 2007. S.288-290
2. Holota O. P. Ekonomichni chynnyky voyennoyi bezpeky [Tekst] / O. P. Holota, V. V. Leonov // Stratehichni priorytety. 2012. T. 2, № 23. S. 160–166.
3. Dykan′ V.L. Aktual′nost′ uluchshenyya systemy kombynyrovannykh perevozok v mezhdunarodnoy transportnoy sety. Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti: Zb. nauk. prats′. Kharkiv: UkrDAZT, 2006. № 13. S. 13–20.
4. Krykavs′kyy YE.V. Lohistychna kontseptsiya yevropeys′koyi intehratsiyi ekonomiky Ukrayiny / YE.V Krykavs′kyy // Vypusk XXIV NAN Ukrayiny. L′viv: Instytut rehional′nykh doslidzhen′. 2001. S. 555–558.
5. Mykhal′chuk L. YU. Analiz vplyvu lohistychnykh vytrat na efektyvnist′ funktsionuvannya

lohistychnoyi systemy. Visnyk Khmel′nyts′koho natsional′noho universytetu. 2009. №1. S. 30–34.
6. Mariya Naumenko, Nataliia Valiavska, Mariia Saiensus, Olena Ptashchenko, Vitalii Nikitiuk, Anton Saliuk, Optimization Model of the Enterprise Logistics System Using Information Technologies, International Journal of Management, 11 (5), 2020, pp. 54-64. http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=5
7. Ptashchenko O.V., Kushch YA.M. Osoblyvosti lohistychnoyi diyal′nosti v riznykh umovakh hospodaryuvannya. Biznes Inform. 2019. №12. C. 234–239.
8. Ptashchenko O.V., Arkhipova D.YE. Osoblyvosti lohistychnoho protsesu v suchasnykh umovakh hospodaryuvannya. Naukovyy fakhovyy zhurnal «Visnyk Kyyivs′koho natsional′noho universytetu tekhnolohiy ta dyzaynu. SERIYA «EKONOMICHNI NAUKY». – Kyyiv, KNUTD, 2019. - № 6 (141), 2019. – S. 148–155 https://doi.org/10.30857/2413-0117.2019.6.14
9. Stok Dzh. R. Stratehycheskoe upravlenye lohystykoy / Dzh. R Stok., D.M. Lambort. – M.: YNFRA-M. 2013. 797 s.
10. Ustenko M.O «Osnovni problemy transportnoyi lohistyky» UkrDAZT // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. 2010. № 29. S. 2–5.
11. Khazanovych O. I. Systema material′no-tekhnichnoho zabezpechennya. Retrospektyva rozvytku ta napryamky udoskonalennya / O. I. Khazanovych. K. : Nauka i oborona. 2007. № 1. S. 53-57.

Птащенко О.В., Сохацька О.М. Транспортна логістика як інструмент підвищення ефективності організації

В представленій роботі охарактеризовано логістичну діяльність підприємства (організації) з точки зору використання саме транспортної логістики. Визначеносутність транспортної логістики, як науково-практичного інструменту спільного господарювання багатьох економічно самостійних ринкових структур, що дозволяє досягти раціональної організації потокових процесів, які відбуваються в просторово-часовій послідовності, з метою виявлення та реалізації потенційних резервів управління й одержання додаткових доходів і прибутку цими структурами переважно за рахунок суспільно-корисних, головним чином – виробничих, факторів і джерел.

Логістична діяльність на підприємстві здійснюється за допомогою розробки логістичного плану, на основі якого формується логістична стратегія. В процесі розробки логістичного плану і стратегії визначальними складовими є мета і завдання логістичної діяльності, а також її спрямованість. Щодо трактування вказаних характерних елементів логістичної діяльності науковцями, то і тут єдиної точки зору немає. Необхідно зазначити, що наявні відмінності у поглядах є характерними для етапу становлення і розвитку логістичної діяльності як виду господарської діяльності.

Логістична діяльність підприємства повинна забезпечувати оптимізацію збутової діяльності та прискорення процесів її управління. Розвиток саме транспортної логістики забезпечую оптимізацію каналіз розподілу та просування, що в свою чергу стає однією з конкурентних переваг організації чи підприємства.

При написанні роботи було використано метод аналізу для визначення сутності поняття транспортної логістики, методи індукції та дедукції для формування представлення про логістичну діяльність організації (підприємства).

Основним результатом представленої роботи є підтвердження тези, що інтереси споживачів потребують від підприємств-виробників не просто адаптації товару до потреб конкретного покупця, а й підтримки постійного зворотного зв'язку з ним і адаптації всього ланцюга до таких потреб. Результатом реалізації цих умов є підвищення якості обслуговування і, перш за все, скорочення часу виконання замовлень та дотримання узгодженого графіка постачань.

Ключові слова: *логістичний інструментарій, логістика, транспортні мережі, логістична система, логістична діяльність*

Птащенко Олена Валеріївна – д.е.н., професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця.

Сохацька Олена Миколаївна– д.е.н., професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин Західноукраїнського національного університету.

Стаття подана 13.10.2022.

DOI: https://doi.org/10.33216/1998-7927-2022-274-4-53-62

УДК 338.2:332.1

ФОРМУВАННЯ ПОВОЄННОЇ МОДЕЛІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПИТАННЯ ФІНАНСУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ

Швець Н.В., Шевцова Г.З.

BUILDING A POST-WAR MODEL OF UKRAINE'S ECONOMY: FUNDING AND MANAGEMENT ISSUES

Shvets N.V., Shevtsova H.Z.

У статті досліджено перспективні джерела зовнішньої фінансової підтримки формування повоєнної економічної моделі і розроблено рекомендації щодо забезпечення ефективного використання нових можливостей з урахуванням особливостей децентралізованого управління та євроінтеграційного потенціалу України.

В умовах збройної російської агресії і великих втрат людських та фінансово-економічних ресурсів актуальними є питання досягнення стійкості економіки, оцінювання економічних наслідків війни, внутрішнього і зовнішнього потенціалів відбудови країни, вибору механізмів, інструментарію та сценаріїв повоєнного відновлення економіки. Вже сьогодні зрозуміло, що Україна потребує формування нової економічної моделі, побудованої на інноваційній основі, в якій провідну роль мають зіграти регіони. Тому важливо продовжувати розпочаті до війни реформи децентралізації та осучаснення системи управління національною економікою згідно з європейськими стандартами.

У статті виділено та проаналізовано три ключові потенційні джерела фінансових ресурсів для відновлення і модернізації економіки України: (1) спеціально створені фонди для макрофінансової підтримка; (2) арештовані російські активи; (3) фонди ЄС, доступні країнам-кандидатам. Основна увага приділена останньому джерелу як найбільш важливому з точки зору втілення докорінних стратегічних змін в українській економіці та повнішого використання євроінтеграційного потенціалу України.

За результатами дослідження і систематизації доступних для країн-кандидатів програм ЄС обґрунтовано актуальність та перспективність для України програми «Інструмент допомоги перед вступом». Розкрито її особливості та фінансовий механізм, заснований на взаємоузгодженні програмних цілей.

Розроблено рекомендації щодо подальшої імплементації в Україні європейського підходу смартспеціалізації, розвитку міжрегіонального, транскордонного партнерства і створення інформаційного, організаційного та інституційного забезпечення задля швидкої розумної трансформації української економіки на основі знань та інновацій.

Ключові слова: *повоєнна модель економіки, децентралізоване управління, фінансування, смартспеціалізація, партнерство, Європейський Союз*

Вступ.Невмотивоване вторгнення російських військ спричинило великі втрати людських та фінансово-економічних ресурсів України. Військові дії ще далекі від завершення, проте вже сьогодні робляться певні кроки для повернення країни до мирного життя та активно обговорюються стратегічні питання відбудови і повоєнного розвитку національної економіки.

21 квітня 2022 р. Указом Президента України № 266/2022 було утворено Національну раду з відновлення України від наслідків війни. У липні поточного року на Міжнародній конференції в Лугано було презентовано План відновлення та розвитку [1], основними цілями якого проголошено забезпечення соціальної, економічної та екологічної стійкості, швидке відновлення через ефективні рішення, модернізацію країни задля економічного зростання та збільшення добробуту українського населення.

За результатами конференції, в якій брали участь глави держав та високі представники європейських країн, Канади, США, Республіки Кореї, Японії, прийнято Декларацію Лугано, у якій визначено керівні принципи процесу відновлення України (*LuganoPrinciples*), а саме: партнерство; спрямованість на реформи; прозорість, підзвітність і верховенство права; демократична участь; залучення багатьох зацікавлених сторін; гендерна рівність та інклюзія; сталий розвиток [2]. Зазначені принципи мають стати вихідними правилами для подальшої розробки та впровадження програм, проєктів відбудови і трансформації української економіки. Їх дотримання стане гарантією потужної фінансової і технічної підтримки з боку цивілізованого суспільства та прискорить процес інтеграції України в Європей-

ській Союз. Досягнення такої амбітної мети потребує інституційного перезавантаження країни та імплементації новітніх підходів до управління національною економікою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.В українськомунауковому та експертному середовищі вже з перших місяців російської збройної агресії розпочалися дискусії щодо шляхів забезпечення стійкості економіки в умовах воєнного часу, прогнозів економічних наслідків війни, внутрішнього і зовнішнього потенціалів відбудови країни, вибору механізмів, інструментарію та сценаріїв повоєнного відновлення економіки. Фахівці обговорювали першочергові заходи з «перезапуску» економіки у воєнних умовах [3] та необхідність формування власної візії післявоєнного розвитку з акцентом на структурну перебудову української економіки [4]. Стратегічна складова плану відновлення має базуватися на ідеї модернізації, що означає перехід від сировиноорієнтованоїнизькотехнологічної економіки до конкурентоспроможної економічної системи, заснованої на сучасній високотехнологічній і цифровізованій промисловості [5].

Аналізуючи наслідки російської агресії, вітчизняні вчені пропонують певні заходи для збереження, відновлення і розвитку соціально-трудового потенціалу України. Так, В. Антонюк [6], О. Новікова, Я. Остафійчук, І. Новак [7] роблять акцент на демографічних проблемах, кризовій ситуації на ринку праці, обумовленій порушенням ланцюжків створення вартості, скороченням робочих місць, зростанням безробіття та еміграцією робочої сили. Пріоритетними завданнями соціально-економічної політики мають стати збереження і нагромадження людського капіталу, зокрема модернізація системи освіти і підготовки кадрів на основі європейських стандартів, розробка і впровадження комплексу заходів із стимулювання повернення вимушених зовнішніх мігрантів в Україну. Автори також наголошують на важливості трансформації взаємодії держави і інститутів соціально-трудової сфери та пропонують певні нормативно-правові заходи щодо збереження робочих місць, залучення для їх фінансування коштів ЄС.

Науковці активно проводять секторальні дослідження, в яких розкривають наслідки та проблеми, спричинені збройною агресією, в промисловості [8; 9], аграрному секторі [10], сферах туризму [11], фінансів [12] та окреслюють напрями їх розв'язання в рамках загальної політики повоєнного відновлення.

Ураховуючи важливу роль регіонів в сучасній парадигмі децентралізованого управління національною економікою, науково-практичний інтерес представляють дослідження підходів до управління та шляхів повоєнного відновлення і розвитку регіональних економік. Масштабну роботу з оцінювання соціально-економічних втрат регіонів проведено вченими Інституту регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України [13]. За результатами дослідження розроблено ряд рекомендацій для органів регіонального управління, зокрема пропозиції щодо методики моніторингу переміщених осіб, сприяння релокації суб'єктів підприємницької діяльності на безпечні території, підтримки інтернаціоналізації бізнесу, оперативної дерегуляції в податковій і митній сферах, лібералізації трудових відносин для збереження трудового потенціалу підприємницького сектору.

О. Снігова [14], концентруючи увагу на старопромислових регіонах, підкреслює необхідність оновлення державної політики структурної трансформації економік таких регіонів в контексті повоєнного відновлення України. Авторка наголошує на важливості узгодження цілей регіонального управління із загальнонаціональними цілями структурної перебудови країни та впровадження в практику на місцях підходів, принципів та інструментів європейської регіональної політики.

Н. Мартинович, П. Лешенко[15] пропонують для вирішення завдань регіонального розвитку використати спеціальний економіко-правовий режим – території пріоритетного розвитку. На думку науковців, такий режим є дієвим інструментом подолання проблем регіонів у повоєнному періоді через активізацію підприємництва та покращення інвестиційного клімату.

Слід зазначити, що регіональний контекст закладений і в Плані відновлення України, реалізацію якого заплановано через використання регіонально-сфокусованого та параметричного підходів, що включає локалізоване здійснення проєктів з фінансовою підтримкою від певних міжнародних партнерів [1; 16]. Водночас акцент тут робиться переважно на коротко- та середньострокових заходах з відбудови соціально значущих інфраструктурних об'єктів і житла для українців. Стратегічне ж значення регіонів в частині плану трансформації національної економіки, на наш погляд, враховано недостатньо. Саме регіональні екосистеми мають зіграти провідну роль в формуванні нової економічної моделі України, що потребує продовження розпочатих до війни реформи децентралізації та осучаснення системи регіонального управління згідно з європейськими стандартами.

Перед нашою країною/регіонами, всупереч трагічним обставинам, відкрилися нові можливості для прискореного якісного розвитку. Україна отримала потужну партнерську підтримку з боку розвинутих країн світу та статус кандидата в члени ЄС. Цей історично значущий факт суттєво змінює інституційні та фінансові умови для реалізації стратегічних планів відбудови й модернізації України. Але система управління національною економікою, включаючи її регіональний рівень, має бути готова акцептувати та ефективно використати нові можливості.

Мета статті – визначення перспектив зовнішньої фінансової підтримки побудови повоєнної економічної моделі і розроблення рекомендацій щодо забезпечення ефективного використання нових можливостей з урахуванням особливостей децентралізованого управління та євроінтеграційного потенціалу України.

Викладення основного матеріалу дослідження.На сьогодні можна говорити про формування де-

кількох джерел фінансування програм/проєктів трансформації української економіки, а саме:

- макрофінансова підтримка України зі спеціально створених фондів;
- арештовані російськи активи;
- надходження з фондів ЄС через програми для країн-кандидатів.

Першій потік утворюється через спеціальну акумуляцію коштів для фінансування відбудови та реконструкції України. Так, у травні поточного року Європейським Союзом запропоновано створення міжнародної координаційної платформи *Ukrainereconstructionplatform* як головного стратегічного органу управління, відповідального за реалізацію схваленого плану реконструкції України. Також Європейська комісія ініціювала формування механізму *RebuildUkraine* як основного правового інструменту для макрофінансової підтримки української економіки через поєднання грантів і позик. Відповідний механізм буде закладено до бюджету ЄС для забезпечення прозорості, підзвітності й надійногофінансового управління зазначеною ініціативою з чітким зв'язком інвестицій та реформ. Розроблення такого механізму базуватиметься на досвіді ЄС у рамках Фонду відновлення та стійкості (*RecoveryandResilienceFacility*), але адаптуватиметься до безпрецедентних викликів відбудови України та супроводу її на європейському шляху [17]. В липні 2022 р. на конференції у Лугано зазначені ініціативи було схвалено всіма країнами-учасниками.

25 жовтня в Берліні відбулася конференція за участю української влади, керівників ЄС, представників G7 та інших міжнародних партнерів, на якій було представлено другу версію Плану відновлення України та презентовано концептуальне бачення структури і функціонування міжнародної платформи відбудови України, яка отримала назву *RecoverUkraine* [18; 19]. Схвалений учасниками конференції План стає основою для визначення Європейським Союзом та іншими донорами пріоритетних сфер і конкретних проєктів, обраних для фінансування відновлення та модернізації України. Платформа координуватиме діяльність донорів, міжнародних установ і української влади та забезпечуватиме прозорість, моніторинг задля уникнення корупції й відстежуватиме прогрес у реалізації запланованих етапів.

Фінансовий механізм, на думку експертів Німецького фонду Маршалла США (*GermanMarshallFundoftheUnitedStates*) [19], має передбачати формування фінансових потоків для України від країн «Великої сімки» та інших партнерів через мультидонорські фонди в міжнародних фінансових інституціях. Вибір такого механізму пояснюється прагненням мобілізувати сильні сторони різних банків розвитку і використати готові рішення для фінансування програм відновлення.

Другий потужний потік фінансування Плану відновлення України можуть утворити арештовані російські активи. Водночас міжнародні фахівці зазначають, що це фінансове джерело можна буде використати тільки в довгостроковій перспективі. Насамперед мова йде про заморожені активи центрального банку рф, але для залучення цих коштів необхідно створити правову базу в країнах-партнерах, що потребує додаткового часу. Вилучення замороженої російської приватної власності є менш перспективним варіантом, оскільки він, імовірніше, буде пов'язаний з численними і тривалими судовими процесами.

На нашу думку, для втілення докорінних стратегічних змін в українській економіці доцільно ретельно дослідити третє потенційне джерело фінансових ресурсів, доступ до якого відкривається через отримання Україною статусу кандидата в члени ЄС. Зокрема, вже сьогодні треба звернути пильну увагу на програму «Інструмент допомоги перед вступом» (*InstrumentforPre-AccessionAssistance – IPA*).

IPA націлено на здійснення політичних, інституційних, правових, адміністративних, соціальних та економічних реформ в країнах-кандидатах і забезпечення їх наближення до європейських цінностей та узгодження з політикою ЄС задля досягнення стабільності, безпеки і процвітання [20]. На період 2021-2027 рр. розпочата програма IPA III, до якої Україна, на думку експертів [21], зможе повноцінно долучитися у 2023 р.

Реалізація зазначеної програми побудована на суворих, але справедливих умовах фінансування з фондів ЄС, що продиктовано прагненням трансформувати інституційне середовище країн-кандидатів для забезпечення досягнення ними певних критеріїв вступу до Європейського Союзу. Перелік цих критеріїв узгоджено з цілями програми IPA III та кореспондується з п'ятьма її тематичними вікнами (рис. 1) [20; 22]. Останні визначені у партнерстві з бенефіціарами IPA III, державами-членами і Європейським парламентом та встановлюють пріоритетні сфери для фінансування.

Важлива конструктивна особливість цієї програми полягає в спрямованості на одночасне реформування державної системи в країнах-кандидатах і зміцнення, розширення конкурентних переваг економік. Останнє, зокрема, планується досягати через активізацію інноваційної діяльності, трансфер нових технологій, розвиток освіти, розширення доступу до дослідницької інфраструктури ЄС, міжнародну співпрацю тощо. Згідно з Регламентом IPA III [20], зазначені процеси мають бути забезпечені застосуванням моделі чотириланкової спіралі, що передбачає взаємодію між науковою сферою, бізнесом, владою та громадянським суспільством. Така модель формує в країнах/регіонах сприятливе середовище для розумного вибору пріоритетних сфер розвитку і є одним із стовпів підходу смартспеціалізації (*StrategyforSmartSpecialisation, S3*, або нова тотожна назва – *ResearchandInnovationStrategiesforSmart, RIS3*).

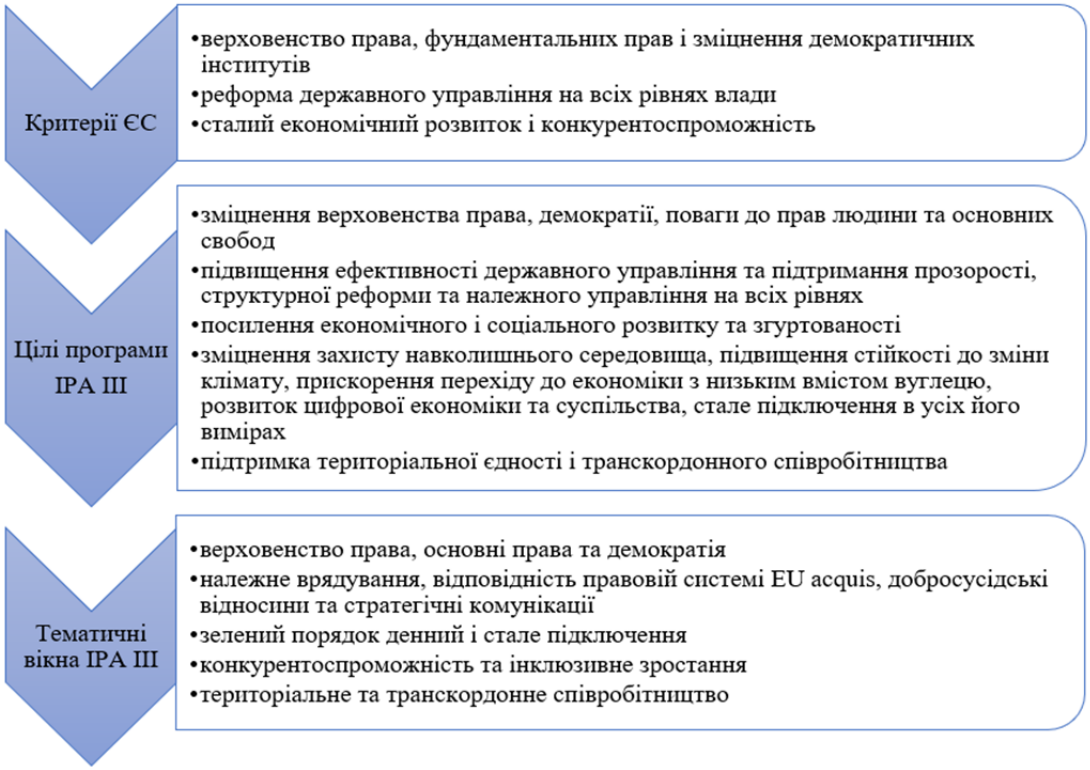

Рис. 1. Узгодження критеріїв, цілей та тематики реформ в країнах-кандидатах на вступ до ЄС

Джерело: побудовано авторамина основі [20; 22]

RIS3 є актуальним інструментом європейської політики досліджень і інновацій, що передбачає виявлення та цілеспрямовану підтримку унікальних внутрішніх можливостей певних територій до трансформації економік та їх інноваційного розвитку [23]. Смартспеціалізація стала базовою концепцією політики згуртованості Європейської Комісії на 2014-2020 рр. і складовою частиною Стратегії EUROPE 2020. Застосування країнами/регіонами ЄС підходу RIS3 з метою прискорення структурної модернізації економік продовжено й у наступному семирічному періоді стратегування.

Сучасна європейська методологія стратегічного управління інноваційним розвитком, звісно, має бути імплементована і в країнах, що прагнуть увійти до ЄС. Саме тому програма IPA III передбачає підтримання реалізації країнами-кандидатами стратегій смартспеціалізації.

Доцільно згадати, що в Україні втілення політики смартспеціалізації офіційно розпочалося у 2018 р. До початку війни українські регіони значно просунулись у розробленні стратегій смартспеціалізації, але з розгортанням повномасштабних військових дій на українських територіях цей процес був фактично зупинений як на місцях, так і на вищих щаблях державного управління. Але з початком процесів розроблення планів повоєнного відновлення України та її регіонів робота регіональних стейкхолдерів з розроблення стратегій смартспеціалізації має отримати нову динаміку.

У цьому контексті варто підтримати думку І. Підоричевої і В. Омельяненка [24], що разом з Планом відновлення та соціально-економічного розвитку України мають бути розроблені регіональні стратегії розумної спеціалізації, спрямовані на докорінні структурні зміни і перехід від аграрно-сировинного до індустріально-інноваційного типу економіки. Успішне вирішення цього завдання можливе тільки за умови розвитку національних і регіональних інноваційних екосистем та організації ефективних інноваційних процесів не лише на рівні регіонів, а й у містах та громадах [25; 26].

Отже, активізація ендогенного потенціалу регіонів та подальша імплементація підходу розумної спеціалізації є однією з передумов швидкого відновлення і розвитку української економіки. У теперішній ситуації напрацьовані раніше практики підприємницького відкриття мають бути залучені для структурної перебудови і модернізації регіонів з урахуванням внутрішнього переміщення ресурсів та їхньої повоєнної територіальної концентрації.

Багато підприємств було евакуйовано та відновили свою діяльність у більш безпечних регіонах України. Наприклад, за даними Луганської ОДА, 117 суб'єктів малого та середнього бізнесу області перемістилися у різні частини країни. Переважна їхня кількість розташувалася в Київській (30%) та Дніпропетровській (22%) областях. Це представники легкої, хімічної промисловості, деревообробної, транспортної галузей машинобудування, будівництва та ІТ-сектору.

Підприємства-переселенці мають активно долучитися до розумних спеціалізацій територій нового розміщення, примножуючи ресурси та компетенції і надаючи додатковий імпульс процесу підприємницького відкриття для пошуку нових точок регіонального зростання. В рамках регіонального смартстратегування робочим групам RIS3 доцільно максимально залучати потенціал наявних кластерних утворень підприємницького середовища. Активізація кластерного руху сформує передумови для швидкої розбудови регіональних економік через консолідацію ресурсів, генерування інновацій та підвищення конкурентоспроможності.

В умовах катастрофічної втрати ендогенного економічного потенціалу та потреби в колосальних фінансових ресурсах в Україні необхідно поширювати практику внутрішнього та зовнішнього співробітництва. Активізація партнерства на регіональному і національному рівняхдозволить прискорити структурні й інноваційні зміни через прийняття узгоджених, взаємодоповнюючих рішень, поєднання активів і зусиль, обмін найкращими практиками та цінними знаннями [27; 28].

Принцип партнерства закладений у багатьох європейських програмах розвитку, що обумовлено завданнями покращення їх ефективності з акцентом на ключові пріоритети політики розвитку ЄС та раціоналізації використання спільних фондів Союзу. На аналогічних підходах ґрунтується і програма ІРАІІІ, що розглянута вище.

Рис. 2. Відповідність тематичних пріоритетів ІРА цілям Європейського фонду регіонального розвитку

Джерело: побудовано авторами на основі[22; 29; 30]

Так, п'яте тематичне вікно зазначеної програми (див. рис. 1) охоплює діяльність з транскордонного співробітництва, що може відбуватися у такі способи:

співробітництво IPA-IPA CBC – між двома і більше бенефіціарами IPA III, які мають спільний кордон;

співробітництво Interreg-IPA CBC – між принаймні однією країною-членом ЄС та одним або кількома бенефіціарами IPA III із суміжними сухопутними прикордонними регіонами;

співробітництво в рамках програм транснаціональної та міжрегіональної співпраці Європейського фонду регіонального розвитку (*EuropeanRegionalDevelopmentFund, ERDF*) [20; 22].

У поточному стратегічному циклі бенефіціарами програми IPA III є Албанія, Боснія та Герцеговина, Косово, Чорногорія, Північна Македонія, Сербія та Туреччина. Жодна з цих держав не має спільних кордонів з Україною, тому два перших типи не можуть бути застосовані для нашої країни (хоча не виключені спільні проєкти з Молдовою, яка також отримала статус кандидата на вступ до ЄС). Найбільші можливості, на нашу думку, надає останній варіант – співробітництво за програмами ERDF.

Така співпраця для країн-кандидатів планується в рамках Програми сусідства, розвитку та міжнародного співробітництва – Глобальна Європа (*Neighbourhood, DevelopmentandInternationalCooperation – GlobalEurope, NDICI-GE*), яка спрямована на зменшення диспропорцій між рівнями розвитку регіонів різних країн [29]. Участь бенефіціарів IPA III у програмах ERDF визначається державами-учасницями NDICI-GE (тобто країни-члени ЄС запрошують країни-кандидатів). У такому випадку кошти IPA III об'єднуються з Європейським фондом регіонального розвитку і, за доцільності, з фондами NDICI-GE [22; 29].

Механізм фінансування базується на узгодженні цілей і пріоритетів різних програм. Так, тематичні сфери для співробітництва програми IPA III, визначені згідно з Регламентом Європейського територіального співробітництва, приведені у відповідність до стратегічних цілей ERDF (рис. 2). Країни-бенефіціари IPA спільно з регіонами, що беруть участь у програмі співробітництва, за результатами аналізу потреб програмної території та широких консультацій із місцевими стейкхолдерами мають обрати декілька пріоритетних сфер, зазначених рамковою програмою IPA III.

Слід звернути увагу на ціль 1 Європейського фонду регіонального розвитку «Більш конкурентоспроможна і розумніша Європа через сприяння інноваційним та розумним економічним трансформаціям», яка, зокрема, визначає орієнтири для міжрегіонального інноваційного інвестування з фонду. Згідно зі статтею 13 Регламенту ERDF [30], фінансова та консультаційна підтримка інвестицій у міжрегіональні інноваційні проєкти спрямовується в спільні сфери смартспеціалізації регіонів та розбудову потенціалу для розвитку ланцюжків доданої вартості. Водночас четверта підціль зосереджує проєктні рішення на розвитку навичок розумної спеціалізації, промислового переходу та підприємництва і, відповідно, створює передумови для успішних трансформацій регіональних економік.

Висновки та рекомендації.

1. На сьогодні для відновлення і модернізації української економіки можна виділити три ключові потенційні джерела фінансових ресурсів: макрофінансова підтримка зі спеціально створених фондів, арештовані російські активи та надходження з фондів ЄС через програми для країн-кандидатів. Саме останнє джерело напряму пов'язане з євроінтеграційним потенціалом України, рівень якого визначатиметься насамперед успішністю реформування державної системи управління та її переходом до норм і принципів ЄС.

2. Найближчим часом основною доступною для нашої країни, як кандидата в члени ЄС, стане програма «Інструмент допомоги перед вступом» в її третій версії, розробленої для реалізації протягом 2021-2027 рр. Через участь в цій програмі Україна також отримає доступ до інших суміжних програм, що фінансуються з фондів Європейського Союзу. Проте, враховуючи особливості фінансових механізмів ЄС, збільшення інвестицій стане можливим лише в разі спроможності України виконувати взяті на себе зобов'язання із впровадження фундаментальних реформ на основі цінностей і стандартів ЄС.

3. Побудова повоєнної моделі економіки України потребує не тільки великих фінансових вкладень, а й значних зусиль у напрямі подальшого переходу до децентралізованого управління національною економікою з використанням новітніх управлінських підходів і принципів. Регіони в новій моделі мають зайняти провідну роль, обравши на основі свого внутрішнього потенціалу пріоритетні сфери економічної діяльності, які здатні забезпечити прискорений розумний розвиток української економіки.

4. Вивчення змісту доступних для країн-кандидатів програм ЄС і регламентуючих їх документів показало, що європейська практика управління розвитком на основі знань і інновацій використовує підхід смартспеціалізації як основу для стратегування регіонального зростання та інструмент досягнення стратегічних цілей ЄС. Україна до війни досягла певних результатів в імплементації методології RIS3, але зараз цей процес практично зупинений через повномасштабні бойові дії. Водночас поновлення у регіонах процесів смартспеціалізації та розвиток відповідних компетентностей є необхідною передумовою долучення до різних європейських програм з подальшою повноцінною інтеграцією до науково-освітнього, інноваційного та економічного просторів ЄС.

5. Одним з основних принципів, розглянутих в ході дослідження програм ЄС, є принцип «партнер-

ства», реалізація якого на регіональному рівні вимагає певних знань і навичок, а також інформаційного, організаційного та інституційного забезпечення. Потенційно доступні для України програми та умови відповідних фінансових фондів потребують ретельного аналізу й систематизації задля створення зрозумілої і зручної для регіональних стейкхолдерів системи інформаційного супроводу. Така система має бути сформована у формі національної цифрової платформи – єдиного інформаційного простору, побудованого за мережевим принципом. Подібна платформа значно пришвидшить пошук і полегшить доступ зацікавлених суб'єктів до потрібної інформації про існуючі джерела фінансування та розроблені для їх використання фінансові механізми, забезпечить прозорість і моніторинг процесу фінансування проєктів відбудови і модернізації української економіки.

6. З набуттям Україною статусу кандидата в члени ЄС суттєво зростають шанси українських територій швидко модернізувати свій економічний потенціал завдяки розширенню джерел фінансування. Але зацікавлені актори мають чітко розуміти, що попередньою умовою фінансування з Європейських структурних та інвестиційних фондів є розробка регіонами якісно обґрунтованих стратегій розумної спеціалізації та відповідних проєктів. Формування RIS3 має базуватися на внутрішньому і зовнішньому партнерстві, європейських цінностях та орієнтуватися на визначені ЄС пріоритети, зокрема зелений та цифровий переходи.

7. Програми/проєкти, що деталізують розроблений План відновлення України, мають обов'язково включати комплекси заходів з розвитку в регіонах навичок розумної спеціалізації та організації міжрегіональної, транскордонної співпраці згідно зі стандартами та принципами ЄС.

Перспективи подальших досліджень автори пов'язують з визначенням напрямів гармонізації національних та регіональних стратегій соціально-економічного розвитку в рамках формування повоєнної моделі економіки України.

Література

1. План Відновлення України. *Національна рада з відновлення*. 2022. Липень. URL: https://uploads-ssl.webflow.com/625d81ec8313622a52e2f031/62c19ac16c921fc712205f03_NRC%20Ukraine%27s%20Recovery%20Plan%20blueprint_UKR.pdf (дата звернення 25.09.2022).
2. Декларація Лугано. *Міжнародна конференція з питань відновлення України* (URC 2022), Лугано. 4-5 лип. 2022 р. URL: https://uploads-ssl.webflow.com/625d81ec8313622a52e2f031/62cd2e0ba5613c953a9b52d4_Lugano%20Declaration_UA.pdf (дата звернення: 25.09.2022).
3. Жаліло Я. Як швидко "перезапустити" економіку у воєнних умовах. *Економічна правда.* 2022. 17 березня. URL: https://www.epravda.com.ua/columns/2022/03/17/684234/ (дата звернення: 20.10.2022).
4. Новіков В. Яка модель для відбудови економіки після війни потрібна Україні. *Економічна правда*. 2022. 16 березня. URL: https://www.epravda.com.ua/columns/2022/03/16/684116/ (дата звернення: 20.10.2022).
5. Підоричева І. Ключові завдання повоєнного відновлення України. *Дзеркало тижня*. 2022. 16 червня. URL: https://zn.ua/ukr/macrolevel/kljuchovi-zavdannja-povojennoho-vidnovlennja-ukrajini.html (дата звернення: 22.10.2022).
6. Антонюк В. П. Втрати людського капіталу внаслідок війни як загроза повоєнній модернізації економіки України. *Економіка України*. 2022. № 8. С. 20-33. DOI: https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.08.020.
7. Новікова О. Ф., Остафійчук Я. В., Новак І. М. Зміни трудового та податкового законодавства України в умовах воєнного стану: проблеми і перспективи вдосконалення. *Економіка промисловості*. 2022. № 2 (98). С. 75-90. DOI: http://doi.org/10.15407/econindustry 2022.02.075
8. Дейнеко Л. В., Кушніренко О. М., Ципліцька О. О., Гахович Н. Г. Наслідки повномасштабної воєнної агресії РФ для української промисловості. *Економіка України*. 2022. № 5. С. 3-25. DOI: https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.05.003.
9. Кіндзерський Ю. Повоєнне відновлення промисловості України: виклики та особливості політики. *Економічний аналіз*. 2022. Том 32. № 2. С. 101-117. DOI: https://doi.org/10.35774/econa2022.02.101.
10. Гаврилишин В. В., Олексин І. І., Цьолка А. Б. Напрями цифровізації кооперативного підприємництва у період повоєнного відновлення України. *Вісник Львівського торговельно економічного університету. Економічні науки*. 2022. № 68. С. 35-41. DOI: https://doi.org/10.36477/2522-1205-2022-68-05.
11. Моца А., Шевчук С., Середа Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство.* 2022. № 41. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31.
12. Kornivska V. O. TheRolePlayedbytheDigtalTransformationofUkraine'sFinancialSectorintheContextofPost-WarReconstruction: OpportunitiesandRisks. *BusinessInform*. 2022. № 8. С. 27-35. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-8-27-35.
13. Мельник М. І., Лещух І. В. Вплив збройної агресії РФ на ендогенний потенціал регіонів України. *Економіка України*. 2022. № 9. С. 21-44. DOI: https://doi.org/10.15407/ economyukr.2022.09.021.
14. Снігова О. Ю. Державна політика структурної трансформації економіки стропромислових регіонів України в період повоєнного відновлення. *Економіка України*. 2022. № 9. С. 45-57. DOI: https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.09.045.
15. Мартинович Н. О., Лешенко П. А. Розбудова територій пріоритетного розвитку: методичний концепт. *Економіка та суспільство*. 2022. № 36. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-36.
16. Короткі огляди публічної політики щодо відновлення України. *Центр економічного відновлення*. 2022. Липень. URL: https://uploads-ssl.webflow.com/625d81ec8313622a52e2f031/62bf29b98817ba6afccd0676_ukr%20-%20URC%20brief%20final.pdf (дата звернення: 25.09.2022).
17. Ukraine: CommissionpresentsplansfortheUnion'simmediateresponse toaddressUkraine'sfinancinggapandthelonger-

termreconstruction. *Europeancommission*. 2022. 18 May. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_3121 (дата звернення: 27.09.2022).
18. Богуславець М. Новий план Маршалла для України: платформа у форматі Рамштайн і Фонд відновлення. *Дзеркало тижня*. 2022. 27 жовтня. URL: https://zn.ua/ukr/macrolevel/novij-plan-marshalla-dlja-ukrajini-platforma-u-formati-ramshtajn-ta-fond-vidnovlennja.html (дата звернення: 27.09.2022).
19. Ganster R., Kirkegaard J., Kleine-BrockhoffTh., Stokes B. DesigningUkraine'sRecoveryintheSpiritoftheMarshallPlan. Working paper. *GMF*. 2022. September. URL: https://www.gmfus.org/sites/default/files/2022-09/Designing%20Ukraine%E2%80%99s%20Recovery%20in%20the%20Spirit%20of%20the%20Marshall%20Plan_0.pdf (дата звернення: 15.10.2022).
20. Regulation (EU) 2021/1529 oftheEuropeanParliamentandoftheCouncilof 15 September 2021 establishingtheInstrumentforPre-Accessionassistance (IPA III). URL: https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2021/1529 (дата звернення: 10.10.2022).
21. Бондаренко О. Кандидатські "бонуси": що дає Україні наближення до членства у ЄС. *Європейська правда*. 2022. 7 липня. URL: https://www.eurointegration.com.ua/experts/2022/07/7/7142723/ (дата звернення: 02.10.2022).
22. Overview - InstrumentforPre-accessionAssistance. EuropeanNeighbourhood-olicyandEnlargementNegotiations. *EuropeanCommission*. URL: https://neighbourhood-enlargement.ec.europa.eu/enlargement-policy/overview-instrument-pre-accession-assistance_en (дата звернення: 20.09.2022).
23. ImplementingSmartSpecialisation: A Handbook / C. Gianelle, D. Kyriakou, C. Cohenand M. Przeor (eds). Brussels : EuropeanCommission, EUR 28053 EN, 2016. 122 p. DOI: https://doi.org/10.2791/610394.
24. Pidorycheva I., Omelyanenko V. Thesmartspecializationapproachthroughtheprismofthekeyprovisionsofthetheoryoffreetrade: conclusionsforUkraine. *Economics&Education*. 2022. Vol. 7 (2). P. 52-58. DOI: https://doi.org/10.30525/2500-946X/2022-2-8.
25. Pidorycheva I., Shevtsova H., Antonyuk V., Shvets N., Pchelynska H. A ConceptualFrameworkfo-ConceptualFrameworkfo-DevelopingofRegionalInnovationEcosystems. *EuropeanJournalofSustainableDevelopment*. 2020. Vol. 9 (3). P. 626-640. DOI: https://doi.org/10.14207/ejsd.2020.v9n3p626.
26. Kuzior A., Pidorycheva I., Liashenko V., Shevtsova H. andShvets N.AssessmentofNationalInnovationEcosystemsofthe EU CountriesandUkrainein-heInterestsofTheirSustainableDevelopment. *Sustainability*. 2022. Vol. 14. 8487. DOI: https://doi.org/10.3390/su14148487.
27. Швець Н.В. Розвиток міжрегіонального партнерства в рамках формування стратегії смартспеціалізації. *Економіка та суспільство*. 2021. № 33. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-71.
28. Шевцова Г. З., Швець Н. В. Застосування регіонального бенчмаркінгу в процесі смартпріоритизації. *Вісник економічної науки України*. 2021. № 1 (40). С. 47-59. DOI: https://doi.org/10.37405/1729-7206.2021.1(40).47-59.
29. Regulation (EU) 2021/1059 oftheEuropeanParliamentandoftheCouncilof 24 June 2021 onspecificprovisionsf-rtheEuropeanterritorialcooperationgoal (Interreg) supportedbytheEuropeanRegionalDevelopmentFundandexternalfinancinginstruments. URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32021R1059 (дата звернення: 10.10.2022).
30. Regulation (EU) 2021/1058 oftheEuropeanParliamentandoftheCouncilof 24 June 2021 ontheEuropeanRegional-evelopmentFundandontheCohesionFund. URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02021R1058-20210630(дата звернення: 10.10.2022).

References

1. Ukraine Recovery Plan. *NationalCouncilforRecovery*. 2022. July. Retrieved from: https://uploads-ssl.webflow.com/625d81ec8313622a52e2f031/62c19ac16c921fc712205f03_NRC%20Ukraine%27s%20Recovery%20Plan%20blueprint_UKR.pdf.
2. Lugano Declaration. *InternationalConferenceontheRestorationofUkraine* (URC 2022), Lugano. July 4-5. 2022 p. Retrieved from: https://uploads-ssl.webflow.com/625d81ec8313622a52e2f031/62cd2e0ba5613c953a9b52d4_Lugano%20Declaration_UA.pdf.
3. ZhaliloYa. (2022). Yakshvydko "perezapustyty" ekonomiku u voiennykhumovakh. *Ekonomichnapravda*. Retrieved from: https://www.epravda.com.ua/columns/2022/03/17/684234/
4. Novikov V. (2022). Yakamodeldliavidbudovyekonom?-Yakamodeldliavidbudovyekonom?-kypisliaviinypotribnaUkraini. *Ekonomichnapravda*. Retrieved from: https://www.epravda.com.ua/columns/2022/03/16/684116/
5. Pidorycheva I. (2022). KliuchovizavdanniapovoiennohovidnovlenniaUkrainy. *Dzerkalotyzhnia*. Retrieved from: https://zn.ua/ukr/macrolevel/kljuchovi-zavdannja-povojennoho-vidnovlennja-ukrajini.html.
6. Antoniuk V. (2022). War-inducedhumancapitallossesas a threattothepost-warmodernizationofUkraine'seconomy. *Ekon. Ukr*., 8 (729),pp. 20-33.DOI: https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.08.020.
7. Novikova O. F., OstafychukYa. V., Novak I. M. (2022). Changes in the labor and tax legislation of Ukraine under military conditions: problems and prospects for improvement. *Ekon. promisl*., 2 (98), pp. 75-90. DOI: http://doi.org/10.15407/econindustry 2022.02.075.
8. Deineko L., Kushnirenko O., Tsyplitska O., Gakhovych N. (2022). Consequences of full-scale military aggression of the Russian Federation for Ukrainian industry. *Ekon. Ukr*., 5. pp. 3-25. DOI: https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.05.003.
9. Kindzerskyi Yu. (2022). Postwar recovery of Ukraine's industry: challenges and features of policy. *Economic Analysis*, 2 (32), pp. 101-117. DOI: https://doi.org/10.35774/econa2022.02.101.
10. Havrylyshyn V. V., Oleksyn I. I., Tsolka A. B. (2022). Directions of digitalization of cooperative entrepreneurship in the period of post-war reconstruction of Ukraine. *HeraldofLvivUniversityofTradeandEconomics.*

EconomicSciences,68, pp. 35-41. DOI: https://doi.org/10.36477/2522-1205-2022-68-05.
11. Motsa A., Shevchuk S., Sereda N. (2022). Prospects of the post-war recovery of tourism in Ukraine. *Economy and society*, 41.DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31.
12. Kornivska V. O. (2022). TheRolePlayedbytheDig-TheRolePlayedbytheDig-talTransformationofUkraine'sFinancialSectorintheContextofPost-WarReconstruction: OpportunitiesandRisks. *BusinessInform,* 8,pp. 27-35. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-8-27-35.
13. Melnyk M., Leshchukh I. (2022). Influence of Russian federation's armed aggression on the endogenous potential of the regions of Ukraine. *Ekon. Ukr*., 9, pp. 21-44. DOI: https://doi.org/10.15407/ economyukr.2022.09.021.
14. Snigova O. (2022). State policy on the structural transformation of economy in old industrial regions of Ukraine in the period of post-war recovery. *Ekon. Ukr*., 9, pp. 45-57. DOI: https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.09.045.
15. Martynovych N., Lyashenko P. (2022). Development of priority development territories: methodological concept. *Economy and society*, 36. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-36.
16. Korotkiohliadypublichnoipolitykyshchodovidnovlenniaukrainy. *Tsentrekonomichnohovidnovlennia*. 2022. Lypen. Retrieved from: https://uploads-ssl.webflow.com/625d81ec8313622a52e2f031/62bf29b98817ba6afccd0676_ukr%20-%20URC%20brief%20final.pdf.
17. Ukraine: CommissionpresentsplansfortheUnion'simmediateresponsetoaddressUkraine'sfinancinggapandthelonger-termreconstruction. *Europeancommission*. 2022. 18 May. Retrieved from: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_3121.
18. Bohuslavets M. (2022). Novyi plan MarshalladliaUkrainy: platforma u formatiRamshtaini Fond vidnovlennia. *Dzerkalotyzhnia*. Retrieved from:https://zn.ua/ukr/macrolevel/novij-plan-marshalla-dlja-ukrajini-platforma-u-formati-ramshtajn-ta-fond-vidnovlennja.html.
19. Ganster R., Kirkegaard J., Kleine-BrockhoffTh., Stokes B. (2022). DesigningUkraine'sRecoveryintheSpiritoftheMarshallPlan. Working paper. *GMF*. Retrieved from: https://www.gmfus.org/sites/default/files/2022-09/Designing%20Ukraine%E2%80%99s%20Recovery%20in%20the%20Spirit%20of%20the%20Marshall%20Plan_0.pdf.
20. Regulation (EU) 2021/1529 oftheEuropeanParliamentandoftheCouncilof 15 September 2021 establishingtheInstrumentforPre-Accessionassistance (IPA III). Retrieved from: https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2021/1529.
21. Bondarenko O. (2022). Kandydatski "bonusy": shchodaieUkraininablyzhennia do chlenstva u YeS. *Yevropeiskapravda*. Retrieved from:https://www.eurointegration.com.ua/experts/2022/07/7/7142723/
22. Overview - InstrumentforPre-accessionAssistance. EuropeanNeighbourhood-olicyandEnlargementNegotiations. *EuropeanCommission*. Retrieved from: https://neighbourhood-enlargement.ec.europa.eu/enlargement-policy/overview-instrument-pre-accession-assistance_en.
23. ImplementingSmartSpecialisation: A Handbook / C. Gianelle, D. Kyriakou, C. Cohenand M. Przeor (eds). Brussels : EuropeanCommission, EUR 28053 EN, 2016. 122 p. DOI: https://doi.org/10.2791/610394.
24. Pidorycheva I., Omelyanenko V. (2022). Thesmartspecializationapproachthroughtheprismofthekeyprovisionsofthetheoryoffreetrade: conclusionsforUkraine. *Economics&Education*, 7 (2). pp. 52-58. DOI: https://doi.org/10.30525/2500-946X/2022-2-8.
25. Pidorycheva, I., Shevtsova, H., Antonyuk, V., Shvets, N.&Pchelynska H. A (2020). ConceptualFrameworkfo-ConceptualFrameworkfo-DevelopingofRegionalInnovationEcosystems. *EuropeanJournalofSustainableDevelopment,* 9(3),pp. 626-640. DOI: https://doi.org/10.14207/ejsd.2020.v9n3p626.
26. Kuzior A., Pidorycheva I., Liashenko V., Shevtsova H. andShvets N. (2022). AssessmentofNationalInnovationEcosystemsofthe EU CountriesandUkraine-heInterestsofTheirSustainableDevelopment. *Sustainability,* 14, 8487. DOI: https://doi.org/10.3390/su14148487.
27. Shvets N. V. Development of interregional partnership within the framework of a smart specialisation strategy. *Economy and society*, 33. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-71.
28. Shevtsova, H. Z., Shvets, N. V. (2021). Applying of Regional Benchmarking in the Smart Prioritization Process. *VisnykekonomichnoinaukyUkrainy – The Herald of Economic Science of Ukraine*, 1 (40), pp. 47-59. doi: https://doi.org/10.37405/1729-7206.2021.1(40).47-59.
29. Regulation (EU) 2021/1059 oftheEuropeanParliamentandoftheCouncilof 24 June 2021 onspecificprovisionsf-rtheEuropeanterritorialcooperationgoal (Interreg) supportedbytheEuropeanRegionalDevelopmentFundandexternalfinancinginstruments. Retrieved from: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32021R1059.
30. Regulation (EU) 2021/1058 oftheEuropeanParliamentandoftheCouncilof 24 June 2021 ontheEuropeanRegional-evelopmentFundandontheCohesionFund. Retrieved from:https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02021R1058-20210630..

Shvets N., Shevtsova H. Building a post-war model of Ukraine's economy: funding and management issues

The article investigates the promising sources of external financial support for the formation of the post-war economic model and develops recommendations for ensuring the effective use of new opportunities, taking into account the peculiarities of decentralised governance and European integration potential of Ukraine.

In the context of the armed russianinvasion and large losses of human, financial and economic resources, the issues of achieving economic resilience, assessing the economic consequences of the war, internal and external potentials of the country's reconstruction, choosing mechanisms, tools and scenarios of post-war economic recovery are relevant. It is already clear that Ukraine needs to form a new economic model based on innovation, in which the regions should play a leading role.Therefore, it is important to continue the decentralisation reforms launched before the war and modernisation of

the national economy management system in accordance with European standards.

The article identifies and analyses three key potential sources of financial resources for the restoration and modernisation of Ukraine's economy: (1) specially created funds for macro-financial support; (2) seized Russian assets; (3) EU funds available to candidate countries. The main attention is paid to the last source as the most important in terms of implementing fundamental strategic changes in the Ukrainian economy and fuller use of Ukraine's European integration potential.

Based on the results of the study and systematisation of the EU programs available to the candidate countries, the relevance and prospects of the Instrument for Pre-Accession Assistance for Ukraine are substantiated. Its features and financial mechanism based on the mutual coordination of program goals are revealed.

Recommendations for further implementation of the European approach of smart specialisation, development of interregional, cross-border partnerships and creation of information, organizational and institutional support for the rapid smart transformation of the Ukrainian economy based on knowledge and innovation have been developed.

Keywords: *post-war economic model, decentralized governance, financing, smart specialisation, partnership, European Union*

Швець Наталія Вячеславівна – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки і підприємництва Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, shvets@snu.edu.ua

Шевцова Ганна Зіївна – д.е.н., доцент, головний науковий співробітник відділу регуляторної політики та розвитку підприємництва Інституту економіки промисловості НАН України, shevtsova_hanna@nas.gov.ua

Стаття подана 15.10.2022.

DOI: https://doi.org/10.33216/1998-7927-2022-274-4-63-69

УДК 338.9

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ТРАНСФОРМАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ З УРАХУВАННЯМ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛЬНИХ РИНКІВ

Шевченко І.О.

CONCEPTUAL APPROACH TO THE TRANSFORMATION OF THE GLOBAL ECONOMY, WITH CONSIDERING DEVELOPMENT OF THE GLOBAL MARKETS

Shevchenko I. O.

В дослідженні розкрито концептуальні основи розвитку глобальної економіки за рахунок розкриття елементів глобальної економіки та простеження їх взаємозвязку з розвитком глобальних ринків. В дослідженні автором зроблено висновок, що на сьогодні не існує чітко зазначеної мети глобальної економіки, тому наукова новизна дослідження полягає у здійсненні спроби надати власне визначення шляхом розкриття синонімічних категорій. Підґрунттям формування мети глобальної економіки в дослідженні виступили мета глобалізації, мета економічної глобалізації та концепція глобальної економіки. У структурі глобальної економіки повинні бути перерозподільчі механізми, за допомогою яких нації-держави могли б регулювати економічний розвиток і розподіляти вироблені матеріальні цінності в суспільних інтересах. Наукова новизна визначення мети глобальної економіки полягає у розкритті змістовних характеристик глобальної економіки та врахуванні фактору трансформаційного виклику та сталого розвитку. В роботі зазначено, що суперечливість та обмеженість в окресленні завдань спричинили необхідність надання авторського трактування завдань глобальної економіки, як один із пунктів наукової новизни.

Дослідження міжнародних документів та робіт вчених дозволило узагальнити принципи глобальної економіки та виокремити найбільш значущі. Методологія глобальної економіки базується на реалізації системного комплексного підходу до дослідження глобальних проблем не в статиці, а в динаміці світового розвитку, тобто в процесі глобальних трансформацій і глобалізації розвитку. Розвиток системи глобальної економіки в контексті сталого розвитку торкається багатьох аспектів економічного життя держав. Головним методологічним підходом дослідження є формування концептуальних положень глобальної економіки на основі теоретичних підходів та категоріального апарату. Методологічною основою дослідження виступають фундаментальні положення теорії глобалізації за допомогою яких в роботі досягнуто поставлену мету дослідження. Метою даного дослідження є розробка концептуального підходу до трансформації глобальної економіки з урахуванням розвитку глобальних ринків.

Ключові слова: *світова економіка, економічні фактори, трансформаційні виклики, інтеграція, розвиток, глобальні ринки.*

Вступ. В умовах сьогодення планетарного масштабу набуває глобальний розвиток. Внаслідок загострення багатьох проблем (економічних, соціальних, екологічних) в глобальному масштабі виникає необхідність негайного вирішення соціально-економічної катастрофи. Необхідність розвитку за допомогою зміни парадигми ідеології обумовило потребу фундаментальних теоретичних та практичних досліджень економічних відносин глобального характеру в умовах сталого розвитку. Сталий розвиток повинен забезпечувати гармонізацію та поєднання соціальних, економічних та екологічних аспектів в єдину модель. Реалізація концепції глобального економічного розвитку можлива, проте це важкий шлях на якому постають умови та фактори які впливають на якість розвитку глобальної економіки. Глобальна економіка полягає у зростаючому взаємозв'язку національних економік держав, які значною мірою залежать одна від одної. Центром уваги глобальної економіки є взаємодія екологічних, економічних, соціальних та інших процесів та можливості управління ними. Методологія глобальної економіки базується на реалізації системного комплексного підходу до дослідження глобальних проблем не в статиці, а в динаміці світового розвитку, тобто в процесі глобальних трансформацій і глобалізації ринку. Розвиток системи глобальної економіки з урахуванням розвитку глобальних ринків торкається багатьох аспектів економічного життя держав. Кризові явища, зміна пріоритетності країн, неефективність економічних інструментів, недосконаліть важелів стимулювання впровадження технологій все це є головними умовами для затримки розвитку глобальної

економіки у світі. Фактори які впливають на розвиток глобальної економіки пов'язані із розбалансованістю економіки, відсутністю чітких вимог та рекомендацій до реформ для країн що розвиваються, відсутністю оптимального режиму для розвитку економіки. Розвиток глобальної економіки, зважаючи на посилений розвиток процесів інтернаціоналізації та інтеграції, становлення й ефективне функціонування глобальних корпорацій у світі, лібералізацію міжнародної торгівлі, ефективність діяльності провідних міжнародних організацій, становлення і функціонування міжнародного ринку капіталів є достатньо важливим процесом у світовому економічному просторі. Розуміння процесів становлення глобальної економіки, законів, принципів її розвитку, визначення перспектив розвитку національних економік світу з урахуванням їх взаємозв'язку та взаємозалежності, ефективність реалізації стратегій для досягнення цього в сучасних умовах трансформації світової економіки у глобальну дає можливість створення дієвої та ефективної моделі світової економіки. Більшість проектів системи глобальної економіки, базуються на центрально-периферійній моделі, яка передбачає федеративний розвиток. Управління світовим порядком покладається на світовий уряд, якому доручається забезпечення добробуту й безпеки всього населення планети. Головним недоліком більшості моделей є асиметричний підхід у стосунках між основними та периферійними співтовариствами, а також нерівноправний глобальний поділ праці. Ця асиметричність проявляється також і в інших аспектах глобальних взаємовідносин у суспільстві. Запропоновані моделі глобального розвитку часто спрощено підходять до надзвичайно складної і суперечливої існуючої дійсності. Особливо гостро постає питання пошуку шляхів до трансформації глобальної економіки з урахуванням розвитку глобальних ринків. Забезпечення трансформації дозволить підвищити якість розвитку глобальної економіки, ефективність розвитку глобальних ринків, підвищить конкурентоспроможність, дозволить зміцнити позиції на глобальних ринках, що створить базис для підвищення економічної міцності країн та дасть змогу вирішити екологічні та соціальні глобальні проблеми. Нажаль, на сьогоднішній день доробки у цьому напрямку є мінімальними, саме тому актуальність теми дослідження підкреслюється необхідністю вирішення цієї проблематики.

Аналіз основних досліджень та публікацій.

Останнім часом економічна сфера, набуває нових ознак під плинним наростанням трансформаційних процесів у світі, проблеми глобалізації світу і трансформації світової економіки у глобальну породжують численні дискусії вчених-економістів та практиків. Проблему принципів глобальної економіки в теоретичному, методологічному та практичному аспектах поки недостатньо розроблено. Подальше дослідження міжнародних документів та робіт вчених Н. Грегорі Манків [7], Маріел Лавленд [6], Стівен А. Грінлоу, Девід Шапіро [3], Альфред Маршалл [8], Ендрю Бітті [2], Адам Ленгмайер [5], Дуглас В. Аллен [1] , Дхірадж Вайдя [12], праці яких дозволили автору сформувати висновок стосовно складу принципів глобальної економіки. В роботі було проаналізовано працю Птащенко О.В. [9], що дозволило автору побудувати концептуальних підхід і визначити в ньому місце глоабльних ринків.

Останні фундаментальні дослідження питання глобальної економіки циркулярної інклюзивної економіки та були здійснені такими вітчизняними науковцями, як Крисоватий А.І., та Зварич І.Я. [4], що для поточного дослідження є фундаментальною основою та дозволило досягти мети дослідження.

Саме це обумовлює об'єктивну необхідність і значимість набуття ґрунтовних знань основних положень глобальної економіки. Головним методологічним підходом дослідження є формування концептуальних положень глобальної економіки на основі теоретичних підходів та категоріального апарату. Методологічною основою дослідження виступають фундаментальні положення теорії глобалізації за допомогою яких в роботі досягнуто поставлену мету дослідження. Мета. Метою даного дослідження є розробка концептуального підходу до трансформації глобальної економіки з урахуванням розвитку глобальних ринків.

Матеріали та результати дослідження.

Умови сьогодення зумовлюють суттєві зміни на світовій економічній арені. Головною передумовою таких змін виступає глобалізаційний процес сучасного економічного світу. Міжнародні фінансові потоки, інвестиційна діяльність та міжнародні фінанси є головними аспектами глобальних інформаційних систем.

Глобальна економічна інтеграція бурхливо розвивається за допомогою масштабних чинників. Процес сталого розвитку нерозривно пов'язан із глобалізаційними процесами в світі. Позитивні і негативні наслідки глобалізації є головними факторами на шляху глобального сталого розвитку.

Економічна складова глобалізації пов'язана із інвестиціями, технологіями, фінансами, менеджментом та інше. Результатом є зростання показників економічної стабільності держав. Визначення основних елементів системи глобальної економіки дасть змогу до побудови моделі системи глобальної економіки в контексті сталого розвитку. Саме тому, на думку авторів важливим є визначення та характеристика основних аспектів концептуальних засад. Перш за все, варто розпочати з мети глобальної економіки. Аналіз літератури дав змогу автору впевнитись, що на сьогодні не існує чітко зазначеної мети глобальної економіки, тому авторами дослідження здійснено спробу надати власне визначення шляхом розкриття синонімічних категорій. (Рис.1)

Як видно з рис.1., на думку авторів дослідження, мета глобальної економіки поглинає у собі такі компоненти як: мета глобалізації, мета економічної глобалізації та концепція глобальної економіки. З рисунку можна простежити взаємозв'язок концепції глобальної економіки та мети економічної глобалізації та можна зробити висновок що мета економічної глобалізації виходить з мети глобалізації Синтезуючи трактування синонімічних категорій, видається можливим розкриття сутності мети глобальної економіки наступним чином. Мета глобальної еко-

номіки полягає у забезпеченні формування національних економік шляхом впровадження трансформаційних викликів у глобальний економічний простір зростання обсягів виробництва, посилення стимулюючої конкуренції, підвищення продуктивності праці та сприянні прискореному сталому розвитку країн. Наукова новизна визначення мети глобальної економіки полягає у розкритті змістовних характеристик глобальної економіки та врахуванні фактору трансформаційного виклику та сталого розвитку.

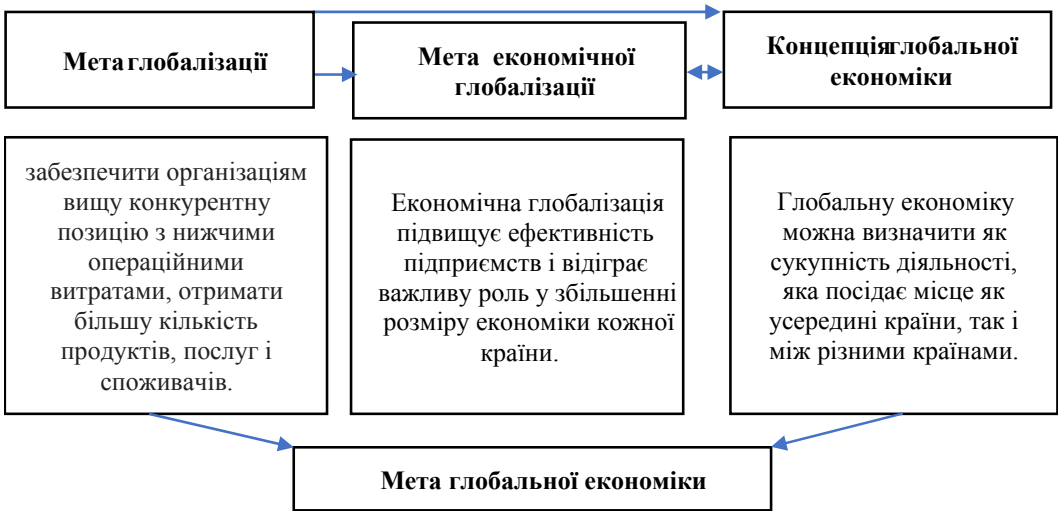

Рис.1. Підгрунття формування мети глобальної економіки (запропоновано автором)

Таблиця 1

Принципи глобальної економіки (узагальнено автором)

Принципи глобальної економіки	Джерела інформації							
	Н. Грегорі Манків [7]	Маріел Лавленд [6]	Стівен А. Гріншоу, Девід Шапіро [3]	Альфред Маршалл [8]	Ендрю Бітті [2]	Адам Ленгмайер [5]	Дуглас В. Аллен [1]	Дхіраджа Вайдя [12]
Люди стикаються з компромісами	+	-	+	+	+	-	-	-
Ціна чогось це те, від чого ви відмовляєтесь, щоб в результаті отримати це	-	-	+	+	-	-	+	+
Раціональні люди думають на маргінелі	-	-	+	+	+	-	-	-
Люди реагують на стимули	+	-	+	+	-	-	+	+
Торгівля може покращити життя кожного	+	+	-	-	+	+	+	-
Ринки зазвичай є хорошим способом організації економічної діяльності	+	-	+	+	+	-	-	-
Держава іноді може покращити економічні результати	+	+	+	-	+	-	+	+
Рівень життя залежить від виробництва країни	+	+	+	-	-	-	+	-
Ціни зростають, коли держава друкує забагато грошей	+	+	-	-	+	+	+	-
Суспільство стикається з короткостроковим компромісом між інфляцією та безробіттям	+	+	+	-	-	-	+	-
Концепція альтернативної вартості	-	+	+	+	-	-	-	-
Концепція граничного принципу	-	-	-	-	-	-	-	-
Добровільний обмін	-	-	+	+	+	-	-	-
Принцип безперервності	-	-	-	-	-	-	-	-
Дефіцитність	+	+	+	+	-	+	+	-
Маргінальне мислення	-	-	+	+	+	-	-	-
Стимули мають значення	+	+	+	+	-	-	-	+
Зменшення граничної вартості	+	+	-	-	+	-	-	+
Товари Гіффена	+	+	-	-	-	+	+	+
Прибуток та еластичність	-	-	-	+	+	+	-	+

Що стосується завдань глобальної економіки, в яких більш конкретно й виражається її мета, то слід наголосити, що в сучасній науковій літературі, наразі існує недостатня кількість праць пов'язаних із визначенням завдань завдань глобальної економіки. Слід зазначити, що суперечливість у визначенні мети та обмеженість в окресленні завдань спричинили необхідність надання авторського трактування завдань глобальної економіки.

Стосовно завдань глобальної економіки, слід виділити такі напрями:

1) становлення й ефективне функціонування глобальних корпорацій у світі;

2) визначення впливу глобальних трансформацій на світові інтеграційні процеси;

3) виявленні системної сутності ідентифікації основних параметрів глобального розвитку;

4) визначенні сучасних ринкових та інституціональних методик глобального менеджменту;

5) аналізі особливостей формування національних і міжнародних стратегій розвитку.

6) дотримання лібералізації міжнародної торгівлі,

7) сприяння ефективності діяльності провідних міжнародних організацій;

8) забезпечення становлення і функціонування міжнародного ринку капіталів та функціонування вільних економічних зон.

Доцільно зауважити, що авторське бачення мети та завдань глобальної економіки реалізуються з дотриманням певних принципів. Принципи (лат. principium — «начало, первень основа») — першопочаток, те, що лежить в основі певної сукупності фактів, теорії, науки. Проблему принципів глобальної економіки в теоретичному, методологічному та практичному аспектах поки недостатньо розроблено. Подальше дослідження міжнародних документів та робіт вчених дозволило узагальнити принципи глобальної економіки (табл. 1).

Аналізуючи таблицю 2 та враховуючи світові економіко-політичні умови, на думку автора найбільш ґрунтовними для глобальної економіки є наступні:

1) *Торгівля може покращити життя кожного*

Торгівля дозволяє країнам спеціалізуватися відповідно до їхніх порівняльних переваг і насолоджуватися більшою різноманітністю товарів і послуг.

2) *Ринки зазвичай є хорошим способом організації економічної діяльності*

Адам Сміт зауважив, що коли домогосподарства та фірми взаємодіють на ринках, керованих невидимою рукою, вони вироблятимуть найбільше надлишків для економіки.

3) *Держава іноді може покращити економічні результати*

Невдачі ринку виникають, коли ринок не в змозі ефективно розподілити ресурси. Уряди можуть втручатися, щоб підвищити ефективність і справедливість.

4) *Добровільний обмін*

Принцип, що добровільний обмін приносить користь як покупцям, так і продавцям, є фундаментальним будівельним блоком економічного способу мислення.

5) *Принцип безперервності*

Цей принцип застосовується не лише до етичної якості мотивів, за допомогою яких людина може впливати на вибір своїх цілей, а й до мудрості, енергії та ініціативності, з якими вона переслідує ці цілі.

6) *Дефіцитність*

Дефіцит пояснює основну економічну проблему, яка полягає в тому, що у світі є обмежені або дефіцитні ресурси для задоволення, здавалося б, необмежених потреб.

7) *Зменшення граничної вартості*

Максимальна кількість, якою людина готова пожертвувати заради блага, за одиницю часу, зменшується, чим більше у нього є цього блага – інші речі залишаються незмінними.

8) *Товари Гіффена*

Товари Гіффена - це необхідні товари, подорожчання яких не впливає на попит.

9) *Прибуток та еластичність*

Зі збільшенням доходу зростає і попит на якісні товари.

Глобальна економіка має системний характер, тому до її складу входять взаємопов'язані елементи які є основою її успішного функціонування. До цих елементів варто віднести: сферу міжнародного виробництва; світовий ринок і міжнародну торгівлю; міжнародне переміщення чинників виробництва.

Для розкриття мети дослідження автором пропонується розглянути кожен елемент окремо. Одним із взаємопов'язаних елементів є сфера міжнародного виробництва. Основою цього елементу є процес взаємодії міжнародної спеціалізації та кооперування виробництва зі спільною інвестиційною діяльністю та зі спільним підприємництвом. Характерною ознакою є певні компоненти які забезпечують функціонування цього елементу. До складу таких компонентів входять ТНК, експортні зони, економічні спільні підприємства. Поєднання національних та інтернаціональних форм виробництва забезпечують процес глобалізації та сталого розвитку.

Наступним елементом глобальної економіки який на думку автора потрібно розкрити виступає світовий ринок і міжнародна торгівля. Міжнародний обіг та світова торгівля є функціональним явищем в цьому елементі. Зростаюче значення міжнародної торгівлі в сучасному світовому економічному розвитку свідчать тенденції в розвитку міжнародної торгівлі спричинені вирішальним впливом на її динаміку й структуру сучасної НТР, радикальними змінами, що відбуваються в системі «наука–техніка–виробництво». Загострення конкуренції на світових ринках товарів і послуг, посилення регіоналізації міжнародної торгівлі та сегментація єдиного світового ринку відкриває нові гострі проблеми, які потребують негайного вирішення. Зростає інтернаціоналізація торгівлі та проявляються процеси натуралізації товарообміну все це є загрозою ефективного розвитку глобальної економіки.

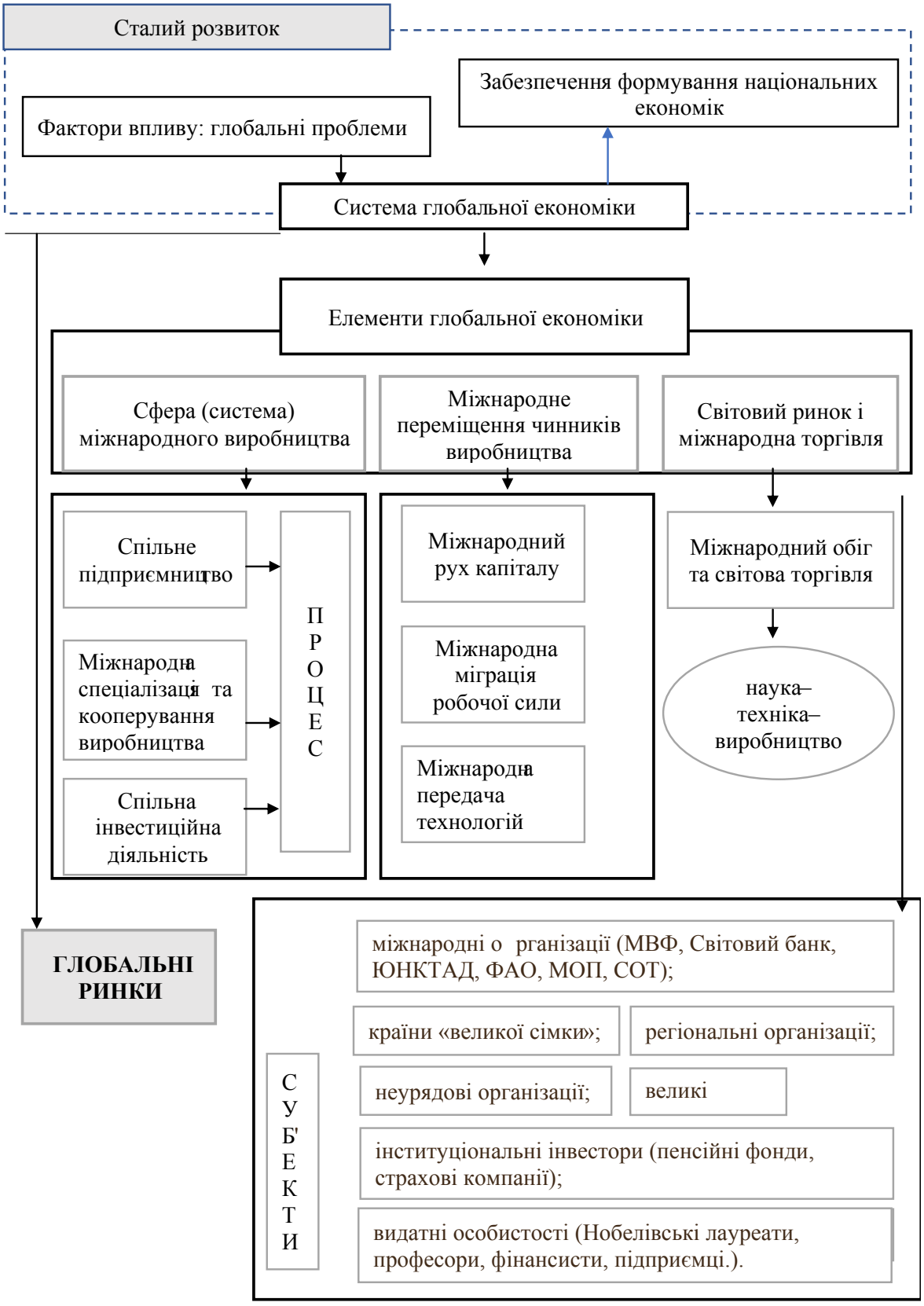

Рис. 2. Концептуальний підхід до трансформації глобальної економіки з урахуванням розвитку глобальних ринків (уточнено автором)

Останній елемент глобальної економіки- міжнародний рух чинників виробництв. Він залучає: міжнародний рух капіталу, міжнародну міграцію робочої сили та міжнародну передачу технологій. Цей елемент грає важливу роль в розвитку міжнародних ринкових відносин. Варто зазначити, що коли між країнами виникають істотні відмінності в забезпеченості чинниками виробництва, з'являється прагнення перемістити надлишкові чинники виробництва в країни, де існує їхній дефіцит, заради отримання більшого прибутку.

Як видно з рис.2., концептуальний пдхід базується на елементах глобальної економіки, які за рахунок системи глобальної економіки формують процес трансформації з урахуванням розвитку глобальних ринків. На систему глобальної економіки впливають глобальні проблеми, проте вона забезпечує формування національних економік з урахуванням сталого розвитку. Стосовно елементів глобальної економіки, до складу включено: сферу міжнародного виробництва, міжнародне переміщення чинників виробництва та світовий ринок і міжнародна торгівля. Уточнення концептуальних основ розвитку глобальної економіки за рахунок розкриття елементів глобальної економіки (розкриття їх характерних ознак) та простеження їх взаємозвязку з розвитком глобальних ринків також обгрунтовано суб'єктами його здійснення.

Концептуальний підхід глобальної економіки є базовою основою для формування методології, яка дозволить у подальшому враховувати необхідні елементи, показники та принципи для визначення оптимальної моделі системи глобальної економіки в контексті сталого розвитку.

Висновки. Потужна сила рухає світ до конвергентної спільності, і цією силою є глобалізація. Це призвело до того, що відокремлені місця та збіднілі люди прагнуть до принад сучасності. У структурі глобальної економіки повинні бути перерозподільчі механізми, за допомогою яких нації-держави могли б регулювати економічний розвиток і розподіляти вироблені матеріальні цінності в суспільних інтересах. Результатом є нова комерційна реальність — поява глобальних ринків стандартизованих споживчих товарів у раніше непередбачених масштабах. Корпорації, орієнтовані на цю нову реальність, отримують вигоду від величезної економії на масштабі виробництва, розподілу, маркетингу та управління. Перетворюючи ці переваги на зниження світових цін, вони можуть знищити конкурентів, які все ще живуть у зневажливій лещата старих уявлень про те, як влаштований світ. Напрямок подальших досліджень, на думку автора, варто зазначити розробку механізму функціонування глобального ринку як важеля забезпечення розвитку глобальної економіки.

Література

1. Allen D. W. Economic principles: Seven Ideas for Thinking... About Almost Anything [Електронний Ресурс]/ Douglas W. Allen – McInnes Creek Press. – Режим доступу до журн.: https://www.sfu.ca/~allen/sample.pdf
2. Beattie A. 4 Economic Concepts Consumers Need to Know [Електронний Ресурс]/ Andrew Beattie – Investopedia, 2022. – Режим доступу до журн.: https://www.investopedia.com/articles/economics/11/five-economic-concepts-need-to-know.asp#:~:text=Key%20Takeaways,many%20decisions%20that%20humans%20make
3. Greenlaw S. A., Shapiro D. Principles of Economics [Електронний Ресурс]/ Steven A. Greenlaw, David Shapiro – OpenStax – 2018 – 2ed – Режим доступу до журн.: https://assets.openstax.org/oscms-prodcms/media/documents/Economics2e-OP_s2jF42u.pdf
4. Krysovatyy A. Circular economy in the context of alterglobalization. Journal of International Studies [Електронний Ресурс]/ A. Krysovatyy, I. Zvarych, R. Zvarych, – 2018 – №11(4) – С. 185–200. https://www.jois.eu/?476,en_%D0%A1ircular-economy-in-the-context-of-alterglobalization
5. Langmeyer A. 7 economic principles [Електронний Ресурс]/ Adam Langmeyer – Prezi, 2014. – Режим доступу до журн.: https://prezi.com/ngudm4_ild3m/7-economic-principles/
6. Loveland M. The Five Basic Principles of Economics [Електронний Ресурс]/ Mariel Loveland – Bizfluent, 2019. – Режим доступу до журн.: https://bizfluent.com/info-8458957-five-basic-principles-economics.html
7. Mankiw N. Gregory Ten principles of economics [Електронний Ресурс]/ N. Gregory Mankiw – 2015 – 5th ed. – С. 1-17. – Режим доступу до журн.: http://zalamsyah.staff.unja.ac.id/wp-content/uploads/sites/286/2018/02/1-principles-of-microeconomics-by-n-gregory-mankiw5th-ed.pdf
8. Marshall A. Principles of Economics [Електронний Ресурс]/ Alfred Marshall - Econlib books, 2018. – Режим доступу до журн.: https://www.econlib.org/library/Marshall/marP.html
9. Птащенко О.В. Використання маркетингових інструментів для забезпечення позиціонування високотехнологічної продукції / О. В. Птащенко // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – №4 (19) – 2017. – Харків: ХНАДУ, 2017 – 168 с. (С.147-153)
10. Покрас О. С., Войтко С. В. Глобальна конкурентоспроможність країн у вимірах людського розвитку, інноваційного потенціалу та сталого розвитку [Електронний Ресурс]/ О. С. Покрас, С. В. Войтко – Ефективна економіка – 2015 – №15 – Режим доступу до журн.: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4665
11. Portulans Institute. Ranking of countries by level of network readiness – Режим доступу до журн.: https://nonews.co/directory/lists/countries/networked-readiness-index
12. Vaidya D. Microeconomics, Microeconomics Definition [Електронний Ресурс]/ Dheeraj Vaidya – Wallstreetmojo Editorial Team, 2022. – Режим доступу до журн.: https://www.wallstreetmojo.com/microeconomics/#microeconomics-principles

R e f e r e n c e s

1. Allen D. W. Economic principles: Seven Ideas for Thinking... About Almost Anything. McInnes Creek Press. https://www.sfu.ca/~allen/sample.pdf
2. Beattie A. (2022, May 28). 4 Economic Concepts Consumers Need to Know. Investopedia. https://www.investopedia.com/articles/economics/11/five-economic-concepts-need-to-know.asp#:~:text=Key%20Takeaways,many%20decisions%20that%20humans%20make.
3. Greenlaw, S. A. & Shapiro, D. (2018). Principles of Economics. OpenStax, 2ed https://assets.openstax.org/oscms-prodcms/media/documents/Economics2e-OP_s2jF42u.pdf
4. Krysovatyy, A., Zvarych, I., & Zvarych, R. (2018). Circular economy in the context of alterglobalization. Journal of International Studies, 11(4), 185–200. https://www.jois.eu/?476,en_%D0%A1ircular-economy-in-the-context-of-alterglobalization
5. Langmeyer A. (2014, February 19). 7 economic principles. Prezi. https://prezi.com/ngudm4_ild3m/7-economic-principles/
6. Loveland M. (2019, March 13). The Five Basic Principles of Economics. Bizfluent. https://bizfluent.com/info-8458957-five-basic-principles-economics.html
7. Mankiw N. Gregory (2015). Ten principles of economics. 5th ed., 1-17. http://zalamsyah.staff.unja.ac.id/wp-content/uploads/sites/286/2018/02/1-principles-of-microeconomics-by-n-gregory-mankiw5th-ed.pdf
8. Marshall A. (2018. February 5). Principles of Economics. Econlib books. https://www.econlib.org/library/Marshall/marP.html
9. Ptashchenko O. Ispol'zovaniye marketingovykh instrumentov dlya obespecheniya pozitsionirovaniya vysokotekhnologichnoy produktsii / V. Ptashchenko // Problemy i perspektivy razvitiya predprinimatel'stva: Sbornik nauchnykh trudov Khar'kovskogo natsional'nogo avtomobil'no-dorozhnogo universiteta. - №4 (19) - 2017. - Khar'kov: KHNADU, 2017 - 168 s. (S.147-153)
10 Pokras, O. S. & Voitko, S. V. (2015). Hlobalna konkurentospromozhnist krain u vymirakh liudskoho rozvytku, innovatsiioho potentsialu ta staloho rozvytku. Efektyvna ekonomika, 12. http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4665
11. Portulans Institute. Ranking of countries by level of network readiness. https://nonews.co/directory/lists/countries/networked-readiness-index
12. Vaidya D. (2022, September 21). Microeconomics, Microeconomics Definition. Wallstreetmojo Editorial Team https://www.wallstreetmojo.com/microeconomics/#microeconomics-principles

Shevchenko I.O. Conceptual approach to the transformation of the global economy, with considering development of the global markets

The study revealed the conceptual foundations of the development of the global economy by revealing the elements of the global economy and tracing their relationship with the development of global markets. In the study, the author concluded that today there is no clearly stated goal of the global economy, therefore the scientific novelty of the study consists in an attempt to provide its own definition by revealing synonymous categories. The goal of globalization, the goal of economic globalization, and the concept of the global economy were the basis for the formation of the goal of the global economy in the study. The scientific novelty of defining the goal of the global economy consists in revealing the meaningful characteristics of the global economy and taking into account the factor of transformational challenge and sustainable development. The paper states that the inconsistencies and limitations in the delineation of the tasks caused the need to provide an author's interpretation of the tasks of the global economy as one of the points of scientific novelty.

The study of international documents and works of scientists made it possible to generalize the principles of the global economy and single out the most significant ones. The methodology of the global economy is based on the implementation of a systemic complex approach to the study of global problems not in statics, but in the dynamics of world development, that is, in the process of global transformations and globalization of development. The development of the global economy system in the context of sustainable development affects many aspects of the economic life of states. The main methodological approach of the research is the formation of conceptual provisions of the global economy based on theoretical approaches and categorical apparatus. The methodological basis of the research is the fundamental provisions of the theory of globalization, with the help of which the research goal is achieved. The purpose of this study is to develop a conceptual approach to the transformation of the global economy, taking into account the development of global markets.

Key words: *world economy, economic factors, transformational challenges, integration, development, global markets.*

Шевченко Ірина Олександрівна – к.е.н., доцент, Докторант Західноукраїнського національного університету

Стаття подана 18.10.2022.

DOI: https://doi.org/10.33216/1998-7927-2022-274-4-70-75

УДК 332.146.2.012.35

УПРАВЛІННЯ ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ВИТРАТ ВРАХОВУЮЧИ ПРИНЦИПИ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Васюренко Л.В., Орлова-Курилова О.В., Співак С.І.

MANAGEMENT OF ACCOUNTING AND FINANCIAL SECURITY OF COSTS TAKING INTO ACCOUNT THE PRINCIPLES OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS

Vasyurenko L.V., Orlova-Kurilova O.V., Spivak S.I.

В умовах відокремлення підприємств з різними конфігураціями власності, підключення механізмів незалежного ціноутворення і самостійного планування, формування інших сторін ринкової економіки модифікуються цільовий курс усієї системи управління підприємством і її сьогоднішнє призначення – створення інформаційно-аналітичної основи прийняття адміністративних управлінських рішень. В статті зазначено, що обліково-фінансове забезпечення представляється корисним для стримування ризикованої господарської діяльності суб'єктів господарювання, а також як запевнення зацікавлених сторін у тому, що ресурси не будуть витрачені даремно. При тому, що бухгалтерський облік також зображувався як керівник ресурсів через цільове та цільове фінансування, а з іншого боку, маркетингові комунікації були наголошені в постмодерністських і постметафізичних дискурсах, в той час як вони також прагнули досягти комерційних цілей. Зроблено висновок про те, що роль обліково-фінансового забезпечення витрат повинно мати за мету кількісні цілі ефективності, як корисні форми об'єктивного вимірювання, хоча в своїй ролі іноді конфліктують з організаційними цілями, такими як управлінська досконалість отримання економічного ефекту. Акцентовано увагу на тому, що управлінська неоднозначність при прийнятті рішень очевидна між риторикою посилення демократичних процесів у вирішенні того, що слід фінансувати, і суперечливим акцентом на повноваженнях постачальників фінансування у прийнятті рішень. Така неоднозначність свідчить про побоювання втрати контролю над ресурсами зацікавленими користувачами інформації. Авторами зазначено, що показники обліково-фінансового забезпечення повинні розглядатися як корисні маркетингові інструменти для демонстрації успіху розширення заходів залучення ресурсів. Якщо на підприємстві буде створена удосконалена система обліково-фінансового забезпечення задля ефективного менеджменту з застосуванням принципів інтегрованих маркетингових комунікацій, відповідно створення інформаційного забезпечення процесу моніторингу, планування, контролю та прийняття рішень за рахунок виявлення закономірностей функціонування суб'єкта господарювання на різних стадіях життєвого циклу; пошуку причинно-наслідкових зв'язків зміни ключових індикаторів діяльності під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів; діагностики фінансового стану в умовах глобальної економічної кризи.

Ключові слова: *управління, обліково-фінансове забезпечення, витрати, маркетингові комунікації, ресурси.*

Вступ. Вивчення впливу витрат є однією з найважливіших аспектів управління, тому аналіз управлінцями обліково-фінансової інформації дозволяє утворити поняття не тільки практично про витрати, але набагато ширше – про ресурси, порядок їх поставки на підприємство, продуктивність застосування праці, основні засоби потенціалу розширення ринку продажів за допомогою надання знижок споживачам до максимально можливого рівня. Зокрема, в умовах ринку підвищення розмірів реалізації продукції можливо гарантувати при дотриманні її високої якості при поступовому зменшенні реалізаційної ціни, хоча останній можливо до певної межі. Актуальною проблемою в умовах розвитку ринкових зв'язків є використання таких необхідних функцій налагодженості управління як планування, облік, контроль, економічний аналіз і регулювання. Заключне має висловитися у переорієнтації, з одного боку, на зовнішніх споживачів, з другого задоволення внутрішніх потреб управління підприємством, що зумовлює необхідності збільшення інформативних функцій обліково-фінансового забезпечення та цільового йог напряму, з потреб управління. Безсумнівно, що кожен суб'єкт ринку прагне вижити в конкурентному середовищі і активно розвиватися, і це не можливо без ефективних, тобто, конкурентоспроможних управлінських рішень, особливо в такій важливій сфері як маркетингові комунікації.

Метою статті є представлення основних засад системи управління обліково-фінансовим забезпеченням поведінки витрат у суб'єктів господарювання в сучасних реаліях нарощування застосування інтегрованих маркетингових комунікацій задля підвищення ефективності господарювання.

Аналіз досліджень та публікацій. Питання управлінського обліку і аналізу поведінки витрат на підприємствах, створення ефективного порядку і процесу управління витратами досліджуються в фундаментальних дослідженнях багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених [1, 4, 8 ,9, 10, 16]. Питаннями теорії та методології маркетингових комунікацій та брендінгу, формування ставлення споживачів до продукту, особливостями просування продуктів та послуг на різних ринках займалися осередки дослідників цього напряму [2, 6, 12, 11, 17].

У той же час, слід зазначити, що в роботах багатьох дослідників переглянуто теоретичні основи обліку і аналізу поведінки витрат витратами у вигляді елемента єдиного порядку управління підприємством, здійснено детальну оцінку витрат і їх класифікацію, розкрито основу і особливості планування, нормування, моделювання витрат. При тому питанням створення успішної системи управління витратами для існуючого підприємства в умовах перебігу трансформаційних процесів з застосуванням сучасних методик та існуючих новітніх інструментів, як інтегровані маркетингові комунікації, є актуальним академічним завданням, що викликає виконання ретельного дослідження і аналізу поведінки витрат на рівні підприємства в умовах ринкових перетворень.

Виклад основного матеріалу.

Сьогодні особливу актуальність для ефективного управління організацією набуває правильно визначеної стратегії, яка повинна забезпечувати конкурентні переваги організації над ринком. Для формування такої стратегії організації необхідна оперативна інформація, у зв'язку з чим велике значення для прийняття обґрунтованих рішень набувають дані управлінського обліку [4, 10, 15].

На основі аналізу наведених визначень можна стверджувати, що має місце трактування управлінського обліку як у вузькому, так і в широкому сенсі. При визначенні управлінського обліку у вузькому значенні його розглядають як лише підсистеми бухгалтерського обліку, включає процеси збору, реєстрації та узагальнення інформації. При трактуванні управлінського обліку у широкому розумінні під ним розуміють систему управління організацією, що охоплює всі управлінські функції. управлінський облік є комплексним методом внутрішньофірмового управління, що включає елементи всіх управлінських функцій – планування, організації, обліку, аналізу, контролю та регулювання. По суті, управлінський облік спрямований на перспективу, а фінансовий – має історичний характер.

У структурі системи управлінського обліку слід виділяти обліково-організаційне (фінансова та організаційна структура, методологія управлінського обліку, система документообігу), обліково-управлінське (формування центрів відповідальності, бюджетування), обліково-аналітичне (методика управлінського аналізу, система мотивації) та інтеграційне (стратегічний облік та формування системи показників діяльності) забезпечення системи.

Крім того, у рамках управлінського обліку слід виділяти стратегічний та оперативний облік. При розгляді стратегічного управлінського обліку у широкому розумінні передбачається, що в його рамках має формуватися фінансова та нефінансова інформація для здійснення всіх функцій стратегічного управління. При трактуванні стратегічного управлінського обліку у вузькому розумінні розуміється процес збору, накопичення, подання та інтерпретації фінансової та нефінансової інформації, що дозволяє контролювати виконання стратегії та аналізувати внутрішнє та зовнішнє середовище організації [11, 13].

Головна мета оперативного управлінського обліку полягає у зборі, підготовці та інтерпретації інформації для тактичного управління організацією. Таким чином, він являє собою сукупність інформації, яка необхідна менеджерам для вирішення питань оперативний характер. На сьогоднішній день управлінський облік, будучи ефективним інструментом розвитку організації, відіграє важливу роль у підвищення її конкурентоспроможності.

У зв'язку з тим, що в сучасних умовах глобальної турбулентності та динамічним розвитком ринкового середовища в управлінського обліку традиційному його розумінні відсутня можливість задоволення інформаційних потреб користувачів за поданням достатньої кількості необхідної їм інформації відповідно до необхідної якістю, найбільшого значення набуває саме стратегічний управлінський облік [12].

Крім того, стрімкий розвиток стратегічного обліку пов'язаний необхідністю обліку в рамках системи обліково-аналітичного забезпечення діяльності організації зовнішніх факторів поряд із внутрішніми.

Переходом до стратегічного управління від корпоративного планування менеджмент визначає необхідність формування системи обліково-фінансового забезпечення стратегічного менеджменту. Стратегічний управлінський облік фокусує увагу суб'єктів управління як на внутрішніх, так і на зовнішніх процесах та об'єктах, які визначаються стратегічно важливими факторами зовнішнього середовища – споживачами, постачальниками, конкурентами, каналами продажів, а також соціальними, політичними та іншими умовами діяльності організації.

Управління витратами на підприємстві передбачає виконання всіх функцій, властивих управлінню будь-яким об'єктом, тобто прийняття та реалізація рішень, а також контроль за їх виконанням.

Функції управління витратами реалізуються через елементи управлінського циклу: прогнозування та планування, організацію, координацію та регулювання, активізацію та стимулювання виконання, облік та аналіз.

Виконання функцій управління в повному обсязі по всіх елементах складає цикл впливу підсистеми, що управляє (суб'єкт управління) на керовану підсистему (об'єкт управління). Управління витратами – це виконання всього комплексу функцій управлінського циклу, вкладених у підвищення ефективності використання виробничих ресурсів для підприємства. Функції управління витратами первинні стосовно виробництва, т. е. задля досягнення певного виробничого, економічного, технічного чи іншого результату спочатку необхідно провести необхідний обсяг витрат. Тому метою управління витратами є правильне визначення величини витрат, витрачених для досягнення певного результату найбільш економічним способом [1, 19].

Також теорія дискурсу надає концептуальні інструменти, які дозволяють нам як аналізувати спостережувані комунікаційні потоки відповідно до різних проблем, так і реконструювати їх у термінах відповідних форм комунікації. Механізм застосування дискурсів представлений на рисунку 1. Думка базується на припущенні, що бухгалтерські та маркетингові комунікації потенційно можуть бути пов’язані з чотирма дискурсами: метафізичним, модерністським, постмодерністським і постметафізичним, об’єднаними в теоретичну структуру для інтерпретації емпіричних даних. Постметафізичний дискурс розглядається як всеосяжний дискурс через його епістемологічні та критичні переваги.

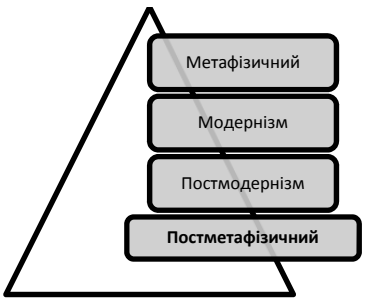

Рис. Типологія дискурсів [2]

Дискурс-аналіз є реалістичним, оскільки заперечує уявлення про те, що будь-яке дослідження може прийти до остаточного пояснення, і є конструкціоністським у тому сенсі, що зображення реальності будується шляхом вибору багатьох «життєздатних інтерпретацій» необхідних для прийняття успішних управлінських рішень. Критичний дискурсивний підхід передбачає виявлення суперечностей і риторики в управлінні, що пропонує альтернативні інтерпретації, такі як напруга між фактами та нормами, таким чином вказуючи на реконструкцію альтернативного бачення бухгалтерського обліку, маркетингових комунікацій і розширення політики залучення додаткових ресурсів.

Розглядаючи обліково-фінансове забезпечення управління, деякі вчені асоціюють його з раціоналізацією через стандартизацію та категоризацію. Завдяки раціоналізації бухгалтерського обліку результати діяльності фірми та її працівників можуть бути зведені до надто спрощених концепцій, таких як прибуток на використаний капітал. Обліково-фінансове забезпечення іноді має на меті представити повну картину операцій організації в остаточних звітах, коли багато аспектів організаційної діяльності не враховано. Іншим чином, із раціоналізацією є твердження про те, що Обліково-фінансове забезпечення може завдяки своїм технічним процедурам автоматично та без проблем допомагати в ефективному та результативному розподілі та використанні дефіцитних ресурсів, хоча критики стверджують, що процеси розподілу є довільними та політизованими. Стверджується, що завдяки раціоналізації облік може мати стримуючий вплив на те, як ми бачимо світ, призводячи до спотворення або блокування інших видів дискурсу. Досконалість є результатом прийняття ризику та інновацій, прийняття ризику (за визначенням) залежить від можливості невдач і витрачених ресурсів. Крім того, для деяких управлінців (і потенційних учасників пов’язаних з процесом управління) можуть бути негативні наслідки, якщо їм буде відмовлено в можливостях і виключено з участі залежно від суб’єктивного тлумачення досконалості (наприклад, як функції ризикованих, інноваційних проектів).

Звертаючись до посилів творення теоретичних засад управління, концепція прийняття ризику розглядалася як більша загроза, якщо розглядати її з точки зору бухгалтерського обліку. Це стало предметом процесу раціоналізації формалізованого процесу управління ризиками. Фахівці відповідали за управління ризиками, а комітет з аудиту наглядав за реєстром ризиків, який класифікував ризики як стратегічні, операційні, фінансові, зовнішні, репутаційні, людські ресурси або відповідність. Згодом було прийнято рішення про те, чи намагатися констатувати, припинити або лікувати ризик: "Система внутрішнього контролю розроблена для управління ризиками до розумного рівня, а не для усунення всіх ризиків невдачі. Система управління має намір не уникати ризику, а ним керувати" [2, 15].

Неоднозначний характер концепції прийняття ризику в документах віддзеркалював різницю між маркетингом як постачальником і бухгалтерією як примусом колонізаторських ідеологій. Іншими словами, маркетинг загалом передбачався для заохочення творчого ризику, тоді як бухгалтерський облік мав його мінімізувати. Були очевидні подальші раціоналізації, які безпосередньо вплинули на зацікавлених сторін.

Тому на сьогоднішній день оперування інтегрованими маркетинговими комунікаціями компанії є одним з рушіїв прогресу та механізмів саморегуляції на ринку. В умовах нестабільності економіки, зміни курсу валют, зниження споживання компанії змушені оптимізувати витрати на маркетинг, що зумовлює підвищення популярності каналів інтегровані комунікації та їх низьковитратних інструментів. Інтегро-

вані маркетингові комунікації стають невід'ємним елементом розвитку бізнесу, що відповідає цілям компаній та організацій зі скорочення витрат на просування та підвищення його ефективності [2, 3].

Сучасна ситуація на ринку інтегрованих маркетингових комунікацій характеризується тридцяти відсотковою часткою витрат рекламодавців на інтегровані маркетингові комунікації, що прагне збільшення. Завдання підвищення ефективності маркетингових комунікацій виникають також у практичній діяльності агентств інтернет-маркетингу, комунікаційних агентств, рекламодавців. В даний час маркетингові комунікації характеризуються різноманітністю застосовуваних технологій та інструментів, при цьому відзначається різна ефективність окремих інструментів маркетингових комунікацій [2].

Маркетингові комунікації з споживачами є важливим елементом просування товару ринку і є процес передачі про продукт споживачеві.

До завдань інтегрованих маркетингових комунікацій можна віднести:

- інформування потенційних споживачів, що знаходяться в мережі Інтернет, про товар/послуги компанії, формування потреб та активізацію попиту на товари/послуги компанії в аудиторії світової Мережі;

- інтернет-просування компанії та її продукції, формування та підтримання позитивного іміджу компанії (товару) у мережі Інтернет;

- здійснення комунікаційної взаємодії з реальними та потенційними споживачами у мережі Інтернет;

- підтримка користувачів у процесі вибору та купівлі товару/послуги в мережі Інтернет (он-лайн консультування, надання допомоги тощо);

- збирання та розміщення відгуків від споживачів на офіційних ресурсах компанії в мережі Інтернет.

Сучасний споживач живе у вік постіндустріального чи інформаційного суспільства, у час, коли інформація грає особливу роль. Споживачі щодня отримують колосальні обсяги інформації, що надходить із різних джерел практично цілодобово. Феномену інформаційного суспільства повинен сприяти управлінський облік, який в умовах кризових процесів в економіці покликаний формувати дефіцитну інформацію про довкілля, ретранслюючи її на зміну внутрішнього середовища. Система управління на підприємстві крім інформації фінансового та управлінського обліку значною мірою спирається на інформацію статистичного обліку про макроекономічні показники, але при цьому не є виключно обліком, оскільки виконує ряд не властивих безпосередньо обліку функцій і в цьому контексті є ближчою системі менеджменту .

Висновки. Аналіз методик, які використовують показав, що більшість суб'єктів господарювання орієнтовані на систему управління витратами відповідно до традиційних порядків управління операційними витратами. Якщо на підприємстві буде створена удосконалена система обліково-фінансового забезпечення задля ефективного менеджменту з застосуванням принципів інтегрованих маркетингових комунікацій, відповідно будуть забезпечені наступні результати:

1) Надання інформації внутрішнім користувачам для ухвалення антикризових управлінських рішень;

2) Створення інформаційного забезпечення процесу моніторингу, планування, контролю та прийняття рішень за рахунок виявлення закономірностей функціонування фірми на різних стадіях життєвого циклу; пошуку причинно-наслідкових зв'язків зміни ключових індикаторів діяльності під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів; діагностики фінансового стану в умовах глобальної економічної кризи; контролінгу динамічних процесів у зовнішньому середовищі та ін.

3) Акумулювання інформації, здатної забезпечити комплексне вирішення проблем. Обліку, аналізу та моніторингу повинні піддаватися не лише макроекономічні параметри, а й стан регіональної економіки за відповідним видом діяльності. Це дозволяє судити про те, як криза впливає в цілому на сектор економіки, та застосовувати запобіжні заходи.

Це потрібно для того, щоб точно і своєчасно зреагувати на зміни витрат на підприємстві і відповідно до цього прийняти раціональні управлінські рішення.

Література

1. Arrington, C. E., & Watkins, A. L. (2002). Maintaining critical intent within a postmodern theoretical perspective on accounting research. Critical Perspectives on Accounting, 13(2), 139–157.
2. Oakes, H., & Oakes, S. (2012). Accounting and marketing communications in arts engagement: A discourse analysis. Accounting Forum, 36(3), 209–222. doi:10.1016/j.accfor.2012.02.002
3. Васюренко, Л.В. Теоретичні засади стратегування інноваційного розвитку в галузі сільського господарства. Вісник ХНАУ. 2020. № 2. С. 28-32.
4. Шмигель О. Є. Управлінський облік і критерії його ефективності на підприємстві. Інноваційна економіка. 2020. №3-4. С. 182-187. URL: http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/580/645
5. Яременко Л.М., Пономаренко Я.А. Сучасні тенденції впровадження управлінського обліку із застосуванням міжнародного досвіду. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економіка, управління і адміністрування. 2019. № 2 (88). С. 144-148. URL: http://ven.ztu.edu.ua/article/view/175302
6. Яковенчук, О.О. Управлінський облік: сутність, зміст і принципи ведення. Вінницький національний аграрний університет. Науковий журнал. 2014. № 31.
7. Янчук Т.Ю. Впровадження управлінського обліку і еволюція його розвитку. Вісник Житомирського державного технологічного університету. 2014. № 3 (53). С.285-287
8. IFRS 15 – Revenue from Contracts with Customers. URL: http://www.iasplus.com/en/standards/ifrs/ifrs15.
9. Global Management Accounting Principles. URL: https://www.cgma.org/content/dam/cgma/resources/report

s/downloadabledocuments/global-management-accounting-principles.pdf
10. Орлова-Курилова, О. В., Завгородня, Є. Є., Таран-Лала, О. М., Білик, О. С. Ефективна інноваційна політика стратегій менеджменту підприємницької активності на основі модернізації промисловості в соціальному й екологічному вимірі. Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія «Економічні науки». № 3, 2021. URL:https://econom-ejournal.cdu.edu.ua/issue/view/319
11. Vdovenko, N., Sakhatskyi, M., Orlova-Kurilova, O., Serhiienko, S. Management of infrastructure of innovative production in the context of stimulation of partnership relations of development of scientific activity for the purpose of maintenance of economic safety. The Institute of Accounting, Control and Analysis in the Globalization Circumstances. 2021, N(1-2), 60-67. doi:https://doi.org/10.35774/ibo2021.01-02.060
12. Waymire G., Basu S. Accounting as an evolved economic institution. Emory University school of Law. Law&Economics Research paper Series. Research paper № 08-33, 2018. p. 151-159.
13. Vasyurenko, L., Kuksa, I., Danylenko, V., Ostashova, V., Kysliuk, L., Naholiuk, O., Sukhoruchenko, M. (2021). Modeling Financial Supply of State Social Expenditures: The «Human-Center» Tax Principle. International Journal of Supply and Operations Management, 8(4), 370-380.
14. Vasurenko, L., Kuksa, I.Financial provisions for individualization of loan payment level./ Financial And Credit Activity: Problems Of Theory And Practice.- 3(26).-2018.-469-476. doi:http://dx.doi.org/10.18371/fcaptp.v3i26.144258
15. L. Vasyurenko, I. Kuksa, I. Shtuler, N. Gerasymchuk, & I. Podik. (2021). Interpretation of financial aspects of intellectual property commercialization as an innovative product. Financial and credit activity: problems of theory and Practice, 2(33), 547-553. https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i33.207248
16. Chwastiak, M., & Lehman, G. (2008). Accounting for war. Accounting Forum, 32(4), 313–326.
17. What Is Email Marketing? A Very Effective Marketing Option for Small Businesses. URL: https://www.thebalancesmb.com/email-marketing-2948346
18. The Beginners Guide to Online Marketing. URL: https://www.quicksprout.com/the-beginners-guide-to-online-marketing/
19. Gallhofer, S., & Haslam, J. (1991). The aura of accounting in the context of a crisis: Germany and the first world war. Accounting, Organizations and Society, 16(5/6), 487–520.

References

1. Arrington, C. E., & Watkins, A. L. (2002). Maintaining critical intent within a postmodern theoretical perspective on accounting research. Critical Perspectives on Accounting, 13(2), 139–157.
2. Oakes, H., & Oakes, S. (2012). Accounting and marketing communications in arts engagement: A discourse analysis. Accounting Forum, 36(3), 209–222. doi:10.1016/j.accfor.2012.02.002 .
3. Vasyurenko, L. (2020). Theoretical ambush of the strategic innovation development in the halls of the rural state. Bulletin of KhNAU. № 2. P. 28-32.[In Ukraine].
4. Shmygel, O. (2020). Management accounting and criteria for its effectiveness at the enterprise. Innovative economy. №3-4. P. 182-187. URL: http://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/580/645
5. Yaremenko L., Ponomarenko Ya.(2019). Modern trends in the implementation of management accounting with the use of international experience. Bulletin of the Zhytomyr State University of Technology. Series: Economy, management and administration. № 2 (88). P. 144-148. URL: http://ven.ztu.edu.ua/article/view/175302
6. Yakovenchuk, O. (2014). Management accounting: essence, content and management principles. Vinnytsia National Agrarian University. Scientific journal. № 31. 28-36.
7. Yanchuk ,T. (2014). Implementation of management accounting and the evolution of its development. Bulletin of the Zhytomyr State University of Technology. No. 3 (53). P. 285-287.
8. IFRS 15 – Revenue from Contracts with Customers. URL: http://www.iasplus.com/en/standards/ifrs/ifrs15.
9. Global Management Accounting Principles. URL: https://www.cgma.org/content/dam/cgma/resources/reports/downloadabledocuments/global-management-accounting-principles.pdf
10. Orlova-Kurilova, O., Yzavhorodnia, Y., Taran-Lala, O., Bilyk, O. (2021). Effective innovation policy of business management strategies based on modernization of industry in the social and environmental dimensions. Bulletin of the Cherkasy Bohdan Khmelnytsky national university. Economic sciences. No.3. URL: https://econom-ejournal.cdu.edu.ua/article/view/4390
11. Vdovenko, N., Sakhatskyi, M., Orlova-Kurilova, O., Serhiienko, S. Management of infrastructure of innovative production in the context of stimulation of partnership relations of development of scientific activity for the purpose of maintenance of economic safety. The Institute of Accounting, Control and Analysis in the Globalization Circumstances. 2021, N(1-2), 60-67. doi:https://doi.org/10.35774/ibo2021.01-02.060
12. Waymire G., Basu S. Accounting as an evolved economic institution. Emory University school of Law. Law&Economics Research paper Series. Research paper № 08-33, 2018. p. 151-159.
13. Vasyurenko, L., Kuksa, I., Danylenko, V., Ostashova, V., Kysliuk, L., Naholiuk, O., Sukhoruchenko, M. (2021). Modeling Financial Supply of State Social Expenditures: The «Human-Center» Tax Principle. International Journal of Supply and OperationsManagement, 8(4), 370-380.
14. Vasurenko, L., Kuksa, I.Financial provisions for individualization of loan payment level./ Financial And Credit Activity: Problems Of Theory And Practice.- 3(26).-2018.-469-476. doi:http://dx.doi.org/10.18371/fcaptp.v3i26.144258
15. L. Vasyurenko, I. Kuksa, I. Shtuler, N. Gerasymchuk, & I. Podik. (2021). Interpretation of financial aspects of intellectual property commercialization as an innovative product. Financial and credit activity: problems of theory and Practice, 2(33), 547-553. https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i33.207248
16. Chwastiak, M., & Lehman, G. (2008). Accounting for war. Accounting Forum, 32(4), 313–326.
17. What Is Email Marketing? A Very Effective Marketing Option for Small Businesses. URL: https://www.thebalancesmb.com/email-marketing-2948346
18. The Beginners Guide to Online Marketing. URL: https://www.quicksprout.com/the-beginners-guide-to-online-marketing/
19. Gallhofer, S., & Haslam, J. (1991). The aura of accounting in the context of a crisis: Germany and the first world war. Accounting, Organizations and Society, 16(5/6), 487–520.

Vasyurenko L.V., Orlova-Kurilova O.V., Spivak S.I. Management of accounting and financial security of costs taking into account the principles of integrated marketing communications

In the conditions of the separation of enterprises with different ownership configurations, the connection of mechanisms of independent pricing and independent planning, the formation of other sides of the market economy, the target course of the entire enterprise management system is modified and its current purpose is to create an information and analytical basis for making administrative management decisions. The article states that accounting and financial support is useful for curbing risky economic activities of business entities, as well as assuring interested parties that resources will not be wasted. While accounting was also portrayed as a manager of resources through targeted and targeted funding, on the other hand, marketing communications were emphasized in postmodern and postmetaphysical discourses, while also seeking to achieve commercial goals. It was concluded that the role of cost accounting should aim at quantitative performance goals as useful forms of objective measurement, although their role sometimes conflicts with organizational goals, such as managerial excellence in obtaining economic effect. Emphasis is placed on the fact that managerial ambiguity in decision-making is evident between the rhetoric of strengthening democratic processes in deciding what should be funded and the conflicting emphasis on the authority of funding providers in decision-making. Such ambiguity indicates a fear of loss of control over resources by interested users of information. The authors stated that the indicators of accounting and financial support should be considered as useful marketing tools for demonstrating the success of the expansion of resource attraction measures. If the enterprise will create an improved system of accounting and financial support for effective management using the principles of integrated marketing communications, accordingly, the creation of information support for the process of monitoring, planning, control and decision-making due to the identification of regularities in the functioning of the business entity at various stages of the life cycle; search for cause-and-effect relationships of changes in key activity indicators under the influence of internal and external factors; diagnostics of the financial condition in the conditions of the global economic crisis.

Key words: *management, accounting and financial support, expenses, marketing communications, resources.*

Васюренко Лариса Валентинівна – к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, м. Київ.

Орлова-Курилова Ольга Володимирівна – д.е.н., доцент, професор кафедри публічного управління, менеджменту та маркетингу Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, м. Київ.

Співак Софія Іванівна – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, м. Київ.

Стаття подана 01.10.2022.

DOI: https://doi.org/10.33216/1998-7927-2022-256-8-77-84

УДК 331.5

БЕЗРОБІТТЯ ПІД ЧАС ВІЙНИ: АНАЛІТИЧНІ АСПЕКТИ

Хандій О.О., Шестопалов В.І.

UNEMPLOYMENT DURING THE WAR: ANALYTICAL ASPECTS

Khandii O.O., Shestopalov V.I.

Зростання рівня безробіття одночасно є проявом негативних явищ в економіці країни і фактором, який обумовлює подальше погіршення економічного стану і зниження ВВП. Кількість безробітних в Україні неухильно зростала з початку війни, маючи форму прихованого безробіття. Внесення змін в трудове законодавство спростило механізми звільнення під час воєнного стану та окремі питання працевлаштування і оформлення трудових договорів, створюючи можливості для прискорення міжорганізаційного руху персоналу. Проте в умовах воєнного стану і руйнівних наслідків військового конфлікту, таких як: масштабні внутрішні переміщення населення, руйнування критичної інфраструктури, втрата майна підприємствами, ринок праці потребує від держави максимальної підтримки всіх учасників задля недопущення подальшого погіршення соціально-економічного стану країни, а не лише вирішення питань нормативного регулювання зайнятості і безробіття. В статті проаналізовано рівень безробіття в довоєнні часи та в умовах воєнного стану. Особлива увага приділяється впливу війни на підприємницьку діяльність та зайнятість населення України. Досліджена динаміка зайнятості за регіонами та зміни в оплаті праці. Враховуючи високий рівень людських та майнових втрат країни і наслідки війни, актуальними питаннями сьогодення є не лише безпекові та усунення негативних наслідків, але і відновлення. Планування та розробка стратегій відновлення України розпочато як на національному, так і регіональному рівнях. Це тривалий процес, який потребує високої залученості всіх представників суспільства і органів влади, місцевого самоврядування і напрацювання заходів, які дозволять досягти довоєнного стану не лише економіки країни, а і вирішити проблеми соціально-економічної сфери, подолати високий рівень безробіття. В роботі розглянуто стратегічні заходи, спрямовані на релокацію бізнесу, підтримку безробітного та зайнятого населення задля стримування подальшого зростання кількості безробітного населення. Запропоновано заходи, які сприятимуть зростанню рівня зайнятості населення, розвитку бізнесу та підприємництва.

Ключові слова: *безробіття, соціально-економічний стан, воєнний стан, зайнятість, заробітна плата.*

Вступ. Населення України характеризується високим рівнем освіти та кваліфікації, що створює йому репутацію високоякісної робочої сили, а в міжнародних рейтингах Україна має статус країни з високим рівнем людського потенціалу. Багато працівників має цінний досвід роботи, отриманий не тільки на території України, але і за кордоном. Проте людський потенціал складно перетворювати на людський капітал в умовах економічної кризи ковідного та постковідного періоду, а в умовах воєнного стану мова йде лише про його втрату в результаті евакуації населення за кордон з небезпечних територій, масштабних внутрішніх переміщень, загибелі цивільного населення і військових під час бойових дій і деокупаційних заходів, примусової депортації населення на територію Росії з тимчасово окупованих територій. Під впливом небезпеки та загрози життю населення відбувається переважно хаотичний міграційний рух, який супроводжується зростанням прихованого безробіття, втратою робочих місць і пошуком нових робочих місць на нових місцях проживання, поширенням неформальних форм зайнятості. Аналогічні проблеми переживає і бізнес, який також сподівається на увагу держави і допомогу в релокації та відновленні внутрішньо переміщеного бізнесу. Спільні проблеми переміщення і відновлення роботи роботодавців та працівників на нових територіях потребують спільних рішень щодо виживання та відновлення життя і створення гідних робочих місць в умовах тривалого воєнного конфлікту.

Метою статті є дослідження рівня безробіття населення України в умовах воєнного стану, визначення шляхів подолання його подальшого зростання.

Аналіз досліджень та публікацій. Питання регулювання зайнятості та подолання безробіття привертає увагу багатьох дослідників. Так, Р. Еренберг та Р. Сміт [1] пропонують детальний аналіз механізму ринку праці, Н. Есінова [2] високу увагу приділяє сутності та принципам організації планування та

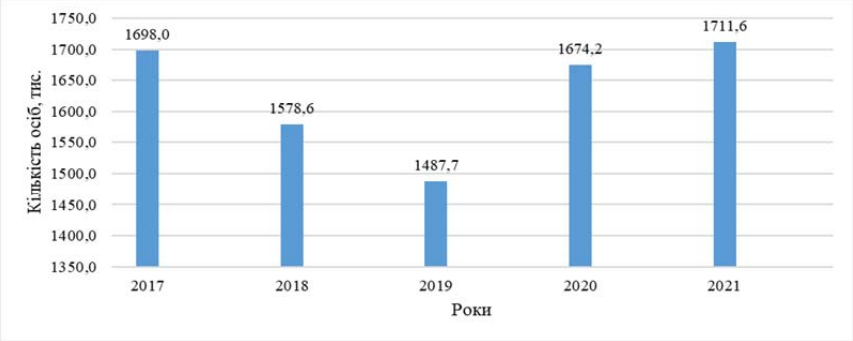

Рис. 1. Рівень безробіття в Україні за останні п’ять років, тис. осіб

Джерело: побудовано авторами за матеріалами [6]

оплати праці в умовах ринкових відносин, регулюванню соціально-трудових відносин, В. Дружиніна в своїй роботі [3] досліджує механізми державного регулювання ринку праці, О. Волосатих [4] виокремлює особливості взаємодії суб'єктів політики зайнятості в Україні. Наукові напрацювання щодо подолання безробіття в умовах ковідного та постковідного періоду, сприяння зайнятості внутрішньо переміщених осіб у 2014 році, створення нових робочих місць є ефективними за умов завершення воєнного конфлікту, проте реагування на невизначеність стану в короткостроковому періоді, беззупинного продовження евакуації і постійного переміщення населення, відсутності офіційних статистичних даних вимагає дослідження цих питань в нових умовах сьогодення.

Виклад основного матеріалу. Зростання безробіття та зниження рівня життя населення в таких високих обсягах та темпах стало викликом для країни, з якими вона ще не стикалась.

Безробіття – це суспільна ситуація в країні, спричинена економічними, політичними або соціальними чинниками, за яких значна частина працездатного населення не може реалізувати свій трудовий і творчий потенціал через обмежену кількість вакантних робочих місць або через свою неконкурентоспроможність на ринку праці [5, с. 86].

Аналіз динаміки рівня безробіття протягом останніх п’яти років, представлений на рисунку 1, свідчить про ефективну державну політику подолання безробіття до 2019 року та негативний вплив пандемії COVID-19 на ринок праці.

Після початку пандемії рівень безробіття мав тенденцію швидкого росту і тільки за один рік (2020 рік) зміг перевищити показники не тільки 2019 року, а й 2018. В 2020 році рівень безробіття виріс на 6,05%, порівняно з 2018 роком, та на 12,54% порівняно з 2019 роком, і в 2021 році кількість безробітних дорівнювала вже 1711,6 тис. осіб.

Ситуація на ринку праці суттєво погіршилася в 2022 році з початком повномасштабної війни. За результатами дослідження соціологічної групи «Рейтинг» від 23-24 липня 2022 року, на рисунку 2 представлено статистичні дані про втрату роботи і виїзд за кордон в пошуках роботи.

До початку війни не мали роботу лише 12% громадян, а частка зайнятого населення складала 65%, проте після початку воєнних дій на території України частка безробітних становить вже 39%, а зайнятих 59%. Крім того, зайняте населення відчуло на собі зміни, пов’язані зі зміною роботи (6%) або переходом на віддалену/часткову роботу (19%).

Зайнятість населення за різними періодами після початку воєнних дій, за регіонами України подано на рисунку 3.

На початку війни протягом першого періоду було найбільше зростання кількості безробітних громадян, на сході України цей показник сягнув 74%. В наступних періодах можна побачити поступове зниження кількості безробітного та збільшення зайнятого населення.

Воєнний конфлікт призводить до суттєвого погіршення економічного стану країни. Для громадян критично важливим є не лише мати роботу, а й отримувати гідну заробітну плату для того, щоб забезпечити собі та родині задовільний рівень проживання. Незважаючи на те, що на початок 2022 року мінімальна заробітна плата складала 6500 грн., а з 1 жовтня 2022 року – 6700 грн., що на 700 грн. (11,67%) більше, ніж в 2021 році (6000 грн.), із початком введення воєнного стану на території країни, ціни на всі товари зросли в декілька разів, тому працівники тих компаній, яким стало не вистачати заробітної плати, або вона взагалі не виплачувалась, були змушені покинути свою роботу та шукати іншу, що знову ж таки сприяло збільшенню кількості безробітного населення. Згідно з даними сайту державної служби зайнятості, середня заробітна плата у січні 2022 року (тобто, до воєнного періоду) складала 14577 грн. Середню заробітну плату по регіонам у січні 2022 року зображено на рис. 4.

Найвища заробітна плата виплачувалась в таких регіонах, як Донецька, Київська, Миколаївська, Дніпропетровська області та в столиці країни, – Києві, а найнижча – в Херсонській, Чернігівській, Чернівецькій, Тернопільській, Кіровоградській, Волинській областях. На рис. 5 представлено зміни, які відбулись в оплаті праці персоналу з початком війни за результатами опитування [7, с. 23].

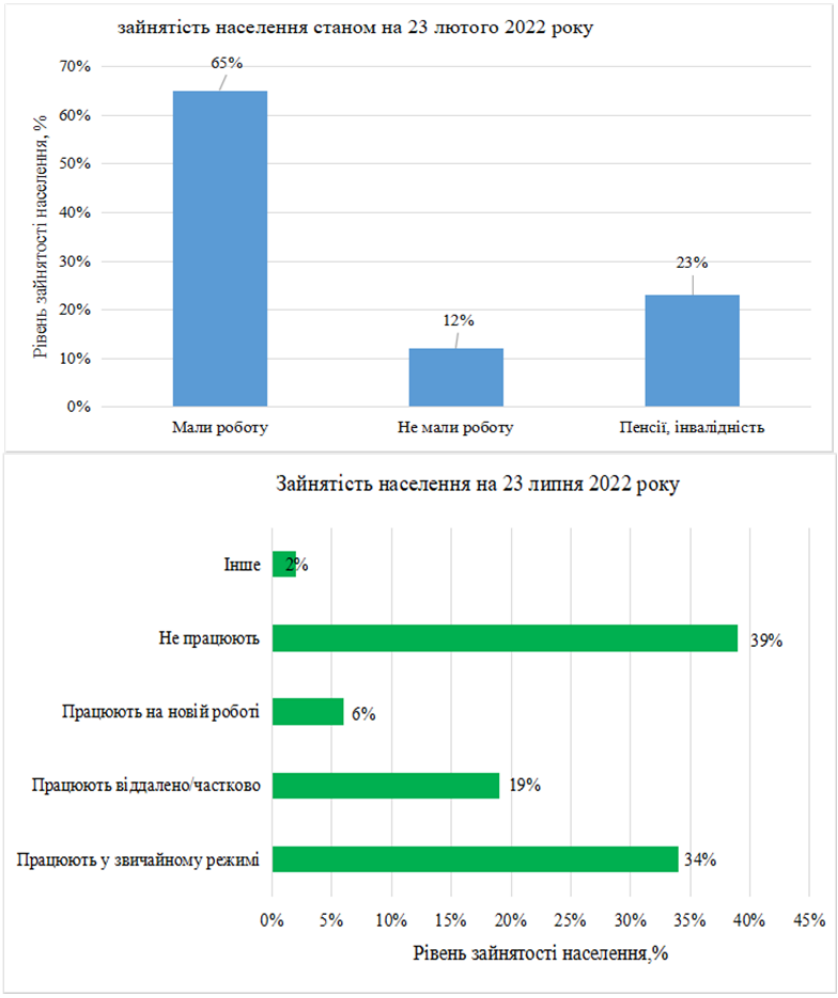

Рис. 2. Рівень зайнятості населення до і після початку війни

Джерело: побудовано авторами за матеріалами [7, с. 18]

У 43% зайнятого населення заробітна плата не змінилася, а у 9% навіть зросла, однак у 47% населення розмір заробітної плати знизився.

З набуттям чинності Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо деяких питань функціонування сфер зайнятості та загальнообов'язкового державного соціального страхування на випадок безробіття в період воєнного стану» спростилася процедура надання статусу зареєстрованим безробітним та умов отримання допомоги безробітним ВПО, змінився максимальний розмір допомоги по безробіттю.

Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо реформування служби зайнятості, соціального страхування на випадок безробіття, сприяння продуктивній зайнятості населення, у тому числі молоді, та впровадження нових активних програм на ринку праці» від 21.09.22 року запровадив систему заходів з підтримки ринку праці, що направлені на: розширення обсягу програм сприяння зайнятості та їх адресатів; відмову від квот на працевлаштування окремих категорій осіб; зміни підходів до стимулювання зайнятості найбільш вразливих осіб; впровадження нових інструментів сприяння зайнятості молоді; додаткові заходи з подолання тривалого безробіття; залежність підтримки безробітних від тривалості трудової діяльності; осучаснення підходів щодо підходящої роботи; нові можливості по підвищенню конкурентоздатності; розширення кола осіб, які можуть отримувати послуги як безробітні; уточнення особливості обслуговування безробітних у період воєнного стану [9]. Ці заходи спрямовані на сприяння збільшенню кількості працевлаштованих осіб, а також підтримку підприємців, які створюють нові робочі місця і працевлаштовують безробітних ВПО.

Втрати країни щодня зростають в результаті продовження воєнних дій, і незважаючи на продовження руйнувань критичної інфраструктури та активні бойові дії, мають розроблятися плани та стратегії відновлення на різних рівнях. Інститут стратегічних досліджень [10, с. 9-10] запропонував концепцію стратегії повоєнного відновлення та розвитку країни, в якій відновлення людського потенціалу та відбудова і розвиток сучасного підприємництва стоять в пріоритеті.

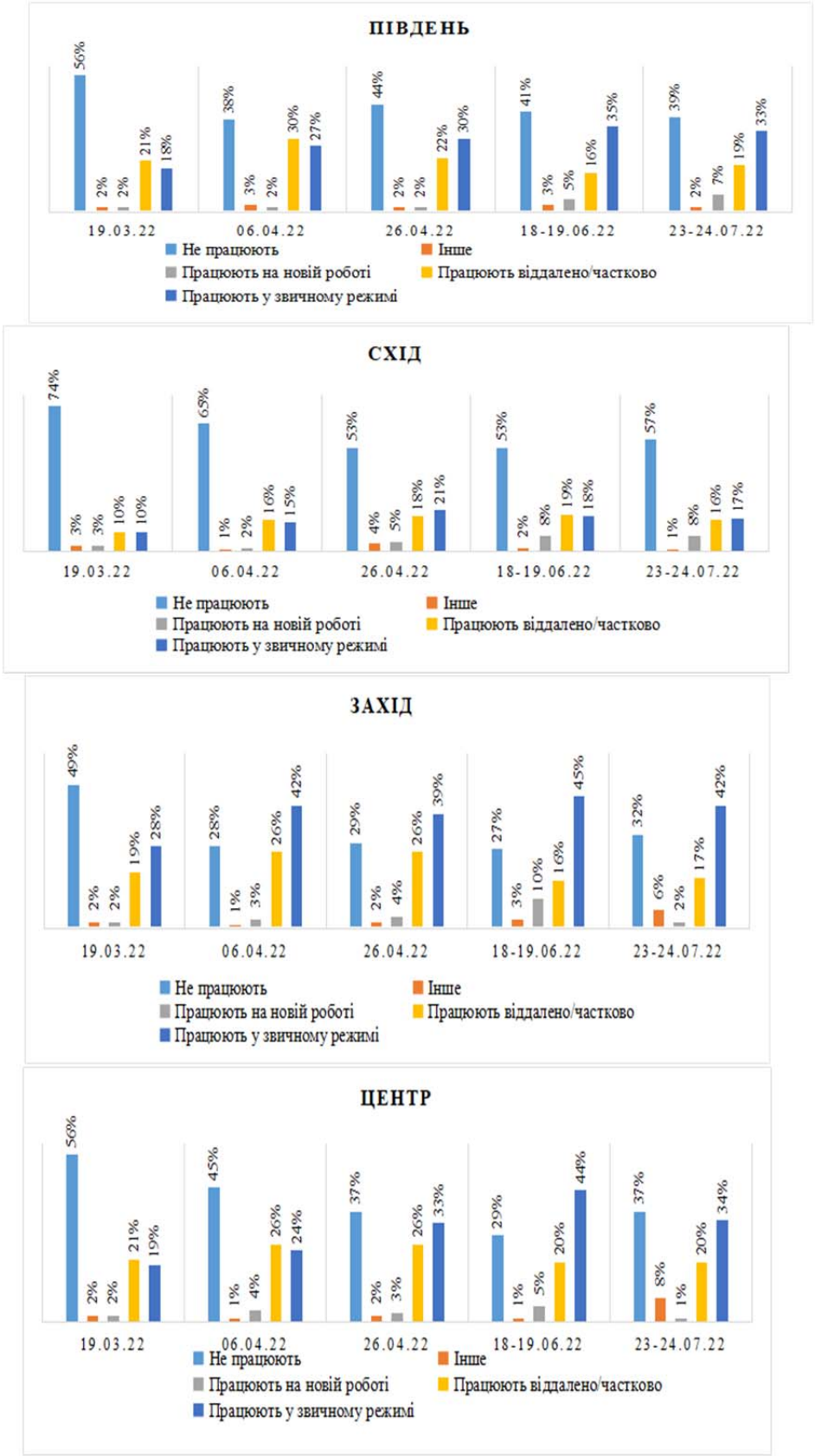

Рис. 3. Зайнятість населення за періодами та регіонами країни

Джерело: побудовано авторами за матеріалами [7, с. 20]

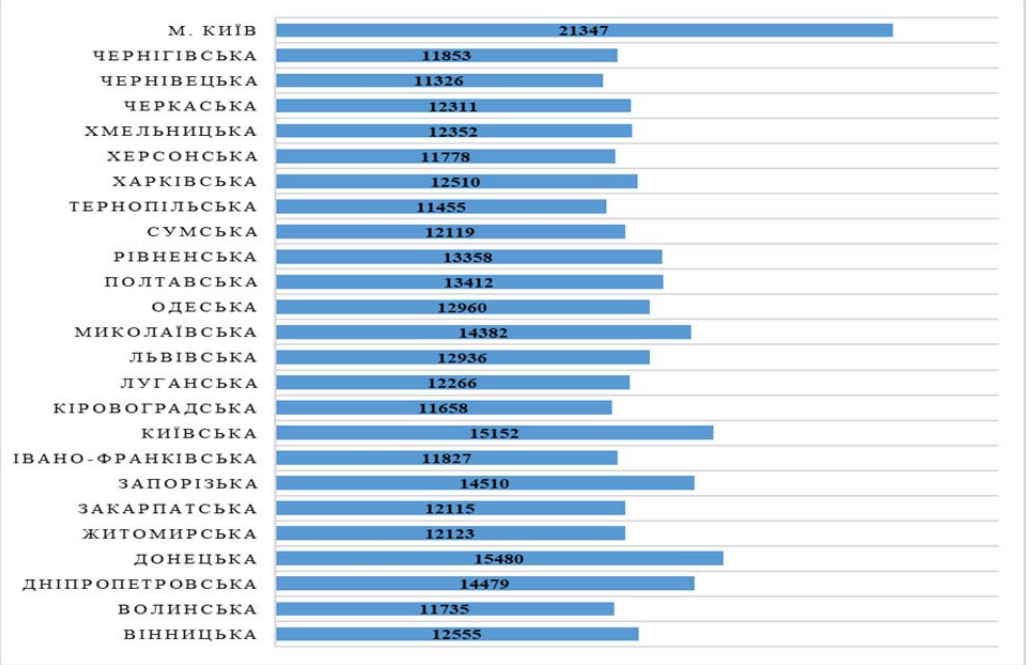

Рис. 4. Середня заробітна плата по регіонам у січні 2022 року, грн.

Джерело: побудовано авторами за матеріалами [8]

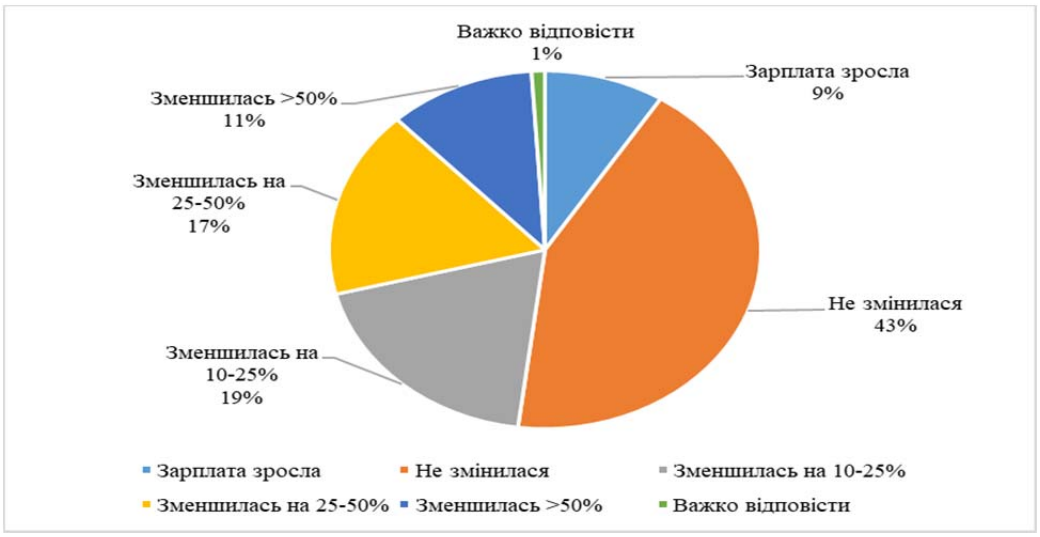

Рис. 5. Рівень заробітної плати після початку війни

Джерело: побудовано авторами за матеріалами [7, с. 23]

Національна рада з відновлення України від наслідків війни розробила проєкт плану відновлення України [11], який планується реалізовувати до кінця 2032 року. Заходи цього проєкту направлені на: моніторинг внутрішньо переліченних осіб та осіб, які виїхали до інших країн; соціальну допомогу ВПО; визначення потреб та мотивації ВПО; створення економічної вигоди для роботодавців (їх залучення до інвестиційних, інфраструктурних, соціальних проєктів з відновлення країни); інформаційну компанію для ВПО для самореалізації і отримання гідного доходу в Україні у воєнний період; створення умов для ВПО; розроблення сприятливих умов життя для ВПО; дослідження ефективності дистанційної роботи задля збереження трудових відносин працівників з роботодавцями; моніторинг програм, які направлені на подолання безробіття; оновлення методики профілювання осіб; моніторинг соціальної підтримки для ВПО; фінансову підтримку для ВПО; розроблення інформаційної кампанії для ВПО та осіб, які покинули країну, для стимулювання повернення їх додому; покращення надання соціальних послуг; створення програм зайнятості, які направлені на відновлення інфраструктури; програми для неформаль-

ного короткострокового навчання або перенавчання; використання досвіду громадян, які набули навички за кордоном, для відновлення країни; створення робочих місць для відновлення соціальної, освітньої, культурної, оздоровчої інфраструктури України; підтримку сімейного, соціального, ветеранського бізнесу для ВПО та осіб, які покинули країну; удосконалення партнерської взаємодії між Україною та ЄС стосовно повернення в Україну її громадян; створення національного агентства з питань захисту прав і свобод громадян України, які отримали тимчасовий прихисток на території держав-членів ЄС та інших держав; створення системи оцінки ризиків та прогнозування динаміки зовнішніх міграційних рухів громадян України до ЄС та інших країн і перспектив їх швидкого повернення; укладання договорів з країнами ЄС щодо питань з міграції, інтеграції; прийняття змін до деяких законів, направлених на трудову міграцію, зайнятість населення та трудовий статус громадян з інших країн. Кожен з наведених заходів цього проєкту сприятиме відновленню соціально-економічного стану країни та надасть змогу ВПО та біженцям, повернутися і працювати на роботах з гідними умовами праці.

Реалізація планів відновлення країни потребує збалансування попиту та пропозиції на ринку праці. Великий профіцит на ринку праці в умовах воєнного стану спостерігається за професіями: технічні службовці (26 осіб на вакансію), державні службовці, керівники, менеджери (24 особи на вакансію), кваліфіковані робітники сільського та лісового господарств, риборозведення та рибальства (23 особи на вакансію), працівники сфери торгівлі та послуг (18 осіб на вакансію); до тих професійних груп, де буде набагато легше знайти роботу, відносяться: кваліфіковані робітники з інструментом (5 осіб на вакансію), професіонали (7 осіб на вакансію)[8]. За видами економічної діяльності ситуація така: фінансова та страхова діяльність (70 осіб на 1 вакансію), державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування (26 осіб на 1 вакансію), інформація та телекомунікації (23 особи на 1 вакансію), сільське, лісове та рибне господарство (16 осіб на 1 вакансію); значно менше претендентів на такі галузі: охорона здоров'я та надання соціальної допомоги (5 осіб на 1 вакансію), водопостачання, каналізація, поводження з відходами (5 осіб на 1 вакансію), освіта (6 осіб на 1 вакансію), діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування (6 осіб на 1 вакансію)[8].

Збалансування попиту та пропозиції на ринку праці потребує розробки державних програм, спрямованих на перекваліфікацію ВПО, населення, яке втратило роботу в результаті початку воєнних дій на території країни. Вирішення проблеми збалансування ситуації на ринку праці потребує спільних рішень та активної залученості в цей процес держави, системи освіти, безробітних та бізнесу.

В умовах війни постає важливе питання щодо збереження бізнесу, розв'язання якого дозволяє зберегти робочі місця. На сьогодні є багато підприємств, які втратили спроможність продовжувати свою діяльність (рис. 6).

Рис. 6. Готовність до продовження діяльності підприємств в умовах воєнного стану (липень 2022 року)

Джерело: побудовано авторами за матеріалами [12]

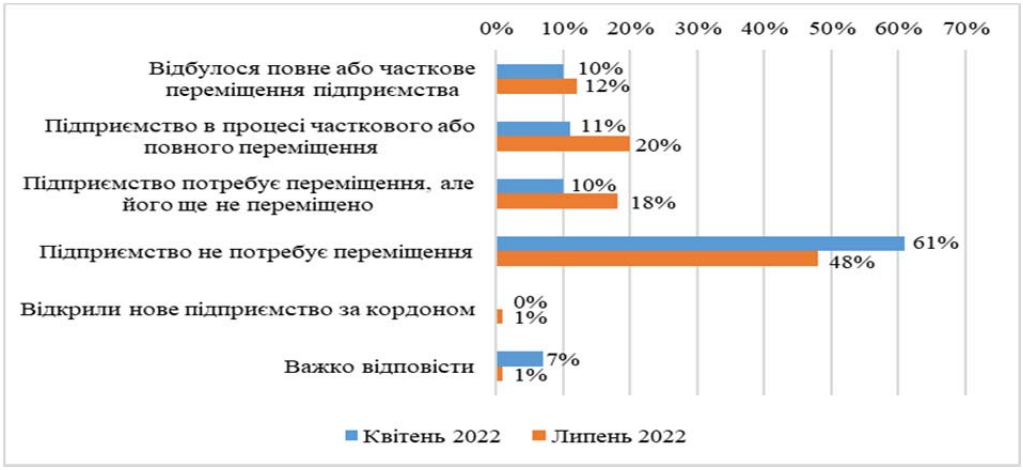

Рис. 7. Релокація бізнесу в умовах воєнного стану

Джерело: побудовано авторами за матеріалами [12, 13]

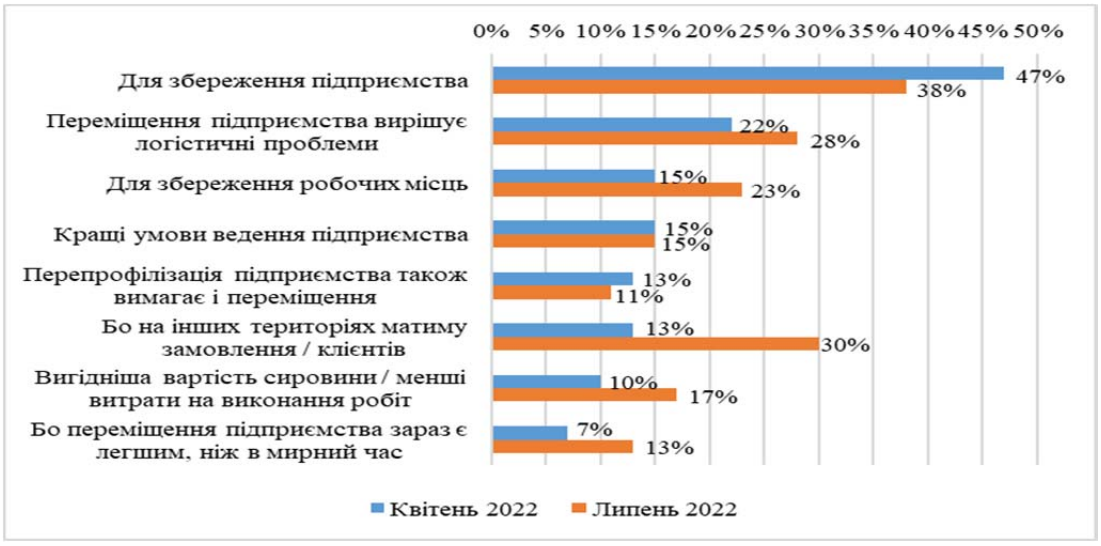

Рис. 8. Причини переміщення бізнесу в умовах воєнного стану

Джерело: побудовано авторами за матеріалами [12,13]

В липні 51% підприємств працювало частково, а 19% навіть призупинили свою діяльність. Це завдало сильного удару по економіці країни та залишило велику частку населення без робочих місць. На державному рівні запроваджено програми, які стимулюють бізнес до релокації. На рис. 7 наведено дані, які характеризують стан релокації бізнесу.

Частка тих підприємств, які перемістилися, зростає, але невеликими темпами. Кількість підприємців, які вважають, що їх бізнес не потребує переміщення, хоч і зменшується (в липні на 13% менше, порівняно з квітнем), проте такий відсоток все одно залишається великим. Причини переміщення бізнесу в умовах воєнного стану представлено на рис. 8.

З продовженням активних бойових дій на території України виникають нові несприятливі фактори, що унеможливлюють подальшу діяльність підприємств, внаслідок чого зростає відсоток переміщеного бізнесу.

Держава активно надає допомогу підприємцям в процесі релокації бізнесу. Збільшення частки бізнесу, яке здійснило релокацію, не тільки збереже робочі місця, але й створить більш комфортні та безпечні умови праці для свого персоналу. Окрім збереження вже існуючого бізнесу державна політика повинна сприяти розвитку малого та середнього бізнесу, за рахунок чого будуть створюватись нові робочі місця для переселеного населення, соціально незахищених верств населення тощо. До стимулювання створення нового малого та середнього бізнесу має бути залучена Державна служба зайнятості завдяки професійному навчанню безробітних в Центрах професійно-технічної освіти державної служби зайнятості та навчанню їх за направленням

ДСЗ у співпраці з міжнародними донорськими організаціями та їх грантовою підтримкою, спрямованою на відкриття власного бізнесу.

Висновки. Отже, невпевненість у завтрашньому дні як працівників, так і роботодавців посилює дисбаланс на ринку праці. Продовження військових дій на території країни не сприяє відкриттю нового бізнесу, розвитку існуючого, ставить під питання релокацію бізнесу, який залишається на окупованій та небезпечній території. Часова невизначеність тривалості подальших воєнних дій не сприяє пошуку постійної роботи ВПО, з іншого боку постійна, кваліфікована робота не пропонується роботодавцями внутрішньо переміщеним особам. Позитивна динаміка рівня безробіття населення влітку порівняно з весняним періодом пояснюється покращенням ділової активності бізнесу, пристосуванням працівників і роботодавців до нових умов діяльності. В нестабільних кризових умовах державна підтримка надається всім учасникам ринку праці. Особливої уваги заслуговує збалансування попиту та пропозиції, що сприятиме зниженню рівня безробіття. Важлива роль в цьому процесі має бути відведена Державній службі зайнятості. Стратегії та плани відновлення країни мають в пріоритеті розвитку ставити відновлення та розвиток людського потенціалу.

Подальші дослідження за темою дослідження будуть спрямовані на розробку системи заходів з подолання безробіття в повоєнному періоді.

Література

1. Ehrenberg R., Ronald G. Modern labor economics : theory and public policy. Eleventh ed., 2012. 650 .
2. Есинова Н. И. Экономика труда и социально-трудовые отношения: Учебное пособие. Киев: Кондор, 2003. 464 с.
3. Дружиніна В.В. Механізм державного регулювання ринку праці : теоретичний аспект. Вісник Хмельницького національного університету. 2010. № 4. Т. 4. С. 67-71.
4. Волосатих О. Особливості взаємодії суб'єктів політики зайнятості в Україні. Схід. 2011. № 7 (114). С. 8-13.
5. Слюсар С.Т. Аналіз рівня безробіття в Україні: проблеми і шляхи його подолання. Економіка АПК. 2018. № 5. С. 85-92.
6. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 22.10.2022).
7. П'ятнадцяте загальнонаціональне опитування. Україна під час війни. Зайнятість і доходи. Соціальна група «Рейтинг». 2022. 60 с. URL: https://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/rg_ua_job_income_1000_ua_072022_%D1%85v_press.pdf (дата звернення: 22.10.2022).
8. Державна служба зайнятості: веб-сайт. URL: https://www.dcz.gov.ua/ (23.10.2022).
9. Законодавчі зміни на ринку праці. Волинський обласний центр зайнятості : веб-сайт. URL: https://vol.dcz.gov.ua/node/7161 (дата звернення: 22.10.2022).
10. Концепція стратегії повоєнного відновлення та розвитку України / Національний інститут стратегічних досліджень. 2022. 16 с. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2022-05/stratvidnovlennya-koncept-v2.pdf (дата звернення: 20.10.22).
11. План відновлення України (Матеріали робочої групи «Повернення громадян, які тимчасово переміщені, зокрема за кордон та їх інтеграції в суспільно-економічне життя держави») : проект / Національна рада з відновлення України від наслідків війни. 36 с. URL: https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/return-of-temporarily-displaced-citizens.pdf (дата звернення: 22.10.2022).
12. Опитування українського бізнесу. Gradus Research : веб-сайт. URL: https://gradus.app/documents/262/Gradus_Forbes___Ukrainian_Business_Survey.pdf (23.10.2022).
13. Діагностування стану українського бізнесу під час повномасштабної війни Росії з Україною. Gradus Research : веб-сайт. URL: https://gradus.app/documents/210/Ukrainian_Business_in War_2Wave_Report_Gradus_KSE_22042022.pdf (дата звернення: 24.10.2022).

References

1. Ehrenberg, R., Ronald, G. (2012). Modern labor economics : theory and public policy [in English].
2. Esinova, N.I. (2003). Ekonomika truda i sotsial'no-trudovye otnosheniya [Labor Economics and Social and Labor Relations]. Kiev: Kondor [in Ukraine].
3. Druzhynina, V.V. (2010). Mekhanizm derzhavnoho rehuliuvannia rynku pratsi : teoretychnyi aspekt [The mechanism of state regulation of the labor market: theoretical aspect]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu* – Bulletin of the Khmelnytskyi National University, Vol. 4, 4, 67-71 [in Ukraine].
4. Volosatykh, O. (2011). Osoblyvosti vzaiemodii subiektiv polityky zainiatosti v Ukraini [Peculiarities of interaction between subjects of employment policy in Ukraine]. Skhid – East, 7, 8-13 [in Ukraine].
5. Sliusar, S.T. (2018). Analiz rivnia bezrobittia v Ukraini: problemy i shliakhy yoho podolannia [Analysis of the level of unemployment in Ukraine: problems and ways to overcome it]. Ekonomika APK – Economy of agro-industrial complex, 5, 85-92 [in Ukraine];
6. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. (n.d.). www.ukrstat.gov.ua. Retrieved from https://www.ukrstat.gov.ua/ [in Ukraine];
7. Piatnadtsiate zahalnonatsionalne opytuvannia. Ukraina pid chas viiny. Zainiatist i dokhody [Fifteenth national survey. Ukraine during the war. Employment and income]. (n.d.) ratinggroup.ua. Retrieved from https://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/rg_ua_job_income_1000_ua_072022_%D1%85v_press.pdf [in Ukraine];
8. Derzhavna sluzhba zainiatosti [State Employment Service]. (n.d.). www.dcz.gov.ua. Retrieved from https://www.dcz.gov.ua/ [in Ukraine];
9. Zakonodavchi zminy na rynku pratsi [Legislative changes in the labor market]. (n.d.). vol.dcz.gov.ua. Retrieved from https://vol.dcz.gov.ua/node/7161 [in Ukraine];
10. Kontseptsiia stratehii povoiennoho vidnovlennia ta rozvytku Ukrainy [The concept of the post-war reconstruction and development strategy of Ukraine]. (2022). Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen. Retrieved from https://niss.gov.ua/sites/default/files/2022-05/stratvidnovlennya-koncept-v2.pdf [in Ukraine];
11. Plan vidnovlennia Ukrainy (Materialy robochoi hrupy

«Povernennia hromadian, yaki tymchasovo peremishcheni, zokrema za kordon ta yikh intehratsii v suspilno-ekonomichne zhyttia derzhavy») : proekt [Recovery plan of Ukraine (Materials of the working group "Return of citizens temporarily displaced, in particular abroad and their integration into the social and economic life of the state"): project]. 2022. Natsionalna rada z vidnovlennia Ukrainy vid naslidkiv viiny. Retrieved from https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/return-of-temporarily-displaced-citizens.pdf [in Ukraine];

12. Opytuvannia ukrainskoho biznesu [Survey of Ukrainian business]. (n.d.). gradus.app. Retrieved from https://gradus.app/documents/262/Gradus_Forbes___Ukrainian_Business_Survey.pdf [in Ukraine];
13. Diahnostuvannia stanu ukrainskoho biznesu pid chas povnomasshtabnoi viiny Rosii z Ukrainoiu [Diagnosis of the state of Ukrainian business during the full-scale war between Russia and Ukraine]. (n.d.). gradus.app. Retrieved from https://gradus.app/documents/210/Ukrainian_Business_in_War_2Wave_Report_Gradus_KSE_22042022.pdf [in Ukraine].

Khandii O.O., Shestopalov V.I. Unemployment during the war: analytical aspects.

The growth of the unemployment rate is both a manifestation of negative phenomena in the country's economy and a factor that determines the further deterioration of the economic situation and the decrease in GDP. The number of unemployed people in Ukraine has been growing steadily since the beginning of the war, taking the form of hidden unemployment. Amendments to the labor legislation have simplified the mechanisms of dismissal during martial law and certain issues of employment and the drafting of labor contracts, creating opportunities for accelerating the inter-organizational movement of personnel. However, in the conditions of martial law and the devastating consequences of the military conflict, such as: large-scale internal displacement of the population, destruction of critical infrastructure, loss of property by enterprises, the labor market needs the maximum support from the state of all participants in order to prevent further deterioration of the socio-economic state of the country, and not only to solve issues of regulatory regulation of employment and unemployment. The article analyzes the level of unemployment in pre-war times and under martial law. Special attention is paid to the impact of the war on business activity and employment of the population of Ukraine. The dynamics of employment by region and changes in wages are studied. Considering the high level of human and property losses in the country and the consequences of the war, the urgent issues of today are not only security and elimination of negative consequences, but also recovery. Planning and development of recovery strategies for Ukraine have begun at both the national and regional levels. This is a long process that requires the high involvement of all representatives of society and authorities, local self-government and the development of measures that will allow not only the country's economy to reach its pre-war state, but also to solve the problems of the socio-economic sphere and overcome the high level of unemployment. The work considers strategic measures aimed at business relocation, support of the unemployed and employed population in order to curb the further growth of the unemployed population. Measures are proposed that will contribute to the growth of the employment level of the population, the development of business and entrepreneurship.

Key words: *unemployment, socio-economic status, martial law, employment, wages.*

Хандій Олена Олексіївна – д.е.н., професор, завідувач кафедри публічного управління, менеджменту та маркетингу Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, м. Сєвєродонецьк.
Провідний науковий співробітник, Інститут економіки промисловості, НАН України, м. Київ.
Шестопалов Владислав Ігорович – здобувач 2 курсу магістратури Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля.

Стаття подана 15.10.2022.

ВІСНИК
СХІДНОУКРАЇНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ
імені ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ
№ 4 (274) 2022

Науковий журнал

Відповідальний за випуск Івченко Є.А.

Оригінал-макет Могильна О.В.

Статті надруковано в авторській редакції

Підписано до друку 10.11.2022 р.
Формат 60 х 84 1/8. Папір офсетний. Гарнітура Times.
Друк офсетний. Умов. друк. арк. 10,1. Обл.-вид. арк. 11,6.
Наклад 50 прим. Вид. № 3357. Замов. №__. Ціна вільна.

Видавництво
Східноукраїнського національного університету
імені Володимира Даля

Свідоцтво про реєстрацію: серія ДК № 1620 від 18.12.03 р.

Адреса університета: вул. Іоанна Павла II, 17,
м. Київ, 01042, Україна
E-mail: vidavnictvoSNU.ua@gmail.com