

ISSN 2079-4762

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ  
ІМЕНІ МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО

# ТОРГІВЛЯ І РИНОК УКРАЇНИ

*Тематичний збірник наукових праць*

2022

№ 2 (52)

*Виходить двічі на рік*

Збірник засновано 1994 року

Засновник — Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського

*Журнал включено до міжнародних наукометричних баз  
та інформаційно-аналітичних систем*

*Index Copernicus, Google Scholar, ResearchBib, Scientific Indexing Services,  
Ulrichsweb Global Serials Directory, EZB (Elektronische Zeitschriftenbibliothek),  
Crossref, Cite Factor, Advanced Science Index*

Кривий Ріг  
ДонНУЕТ  
2022

Головний редактор — **Н. О. Слободянюк, д-р екон. наук, професор**  
Заступник головного редактора — **К. С. Хаврова, д-р екон. наук, доцент**

Відповідальний редактор — **Д. В. Акіндєєв**

Відповідальний секретар — **Ю. Б. Лижник**

**Члени редакційної колегії (Україна):** Г. О. Горіна, д-р екон. наук, доцент (ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг); Н. В. Лохман, д-р екон. наук, доцент (ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг); С. В. Маловичко, д-р екон. наук, доцент (ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг); Н. С. Приймак, д-р екон. наук, доцент (ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг); Л. Я. Шевченко, канд. екон. наук, доцент (ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг); О. Є. Бавико, д-р екон. наук, доцент (Національний університет «Одеська політехніка»); В. А. Гросул, д-р екон. наук, проф. (Харківський державний університет харчування та торгівлі); Н. О. Краснікова, канд. екон. наук, доцент (Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара); О. Ю. Попова, д-р екон. наук, проф. (Донецький національний технічний університет, м. Покровськ); Л. А. Лутай, д-р екон. наук, проф. (Інститут підготовки кадрів Державної служби зайнятості України, м. Київ); Т. Д. Косова, д-р екон. наук, проф. (Донбаська державна машинобудівна академія, м. Краматорськ).

**Закордонні члени редакційної колегії:** Мартин Станієвські, канд. екон. наук (Університет економіки і гуманітарних наук, м. Варшава, Польща — Економіко-Гуманітарний Університет, м. Варшава, Польща); Роберт Новацьки, канд. екон. наук (Університет фінансов и менеджмента, м. Варшава, Польща, Департамент менеджмента и фінансов); Йоханан Шачмурове, канд. екон. наук (Коледж та Центр випускників Нью-Йоркського університету, США); Адріана Григореску, канд. екон. наук (Національний університет політичних досліджень та державного управління, м. Бухарест, Румунія); Храбрін Бачев, канд. екон. наук (Інститут економіки сільського господарства, м. Софія, Болгарія).

*Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б»)  
(Наказ Міністерства освіти і науки України від 28.12.2019 р. № 1643)*

*Журнал зареєстровано в Міністерстві юстиції України.*

*Серія КВ № 13183-2067 ПР від 25.07.2007 р.*

Затверджено вченою радою  
Донецького національного університету економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського, протокол № 5 від 22.12.2022 р.

**Усі права захищені.**

**Передрук і переклади дозволяються лише з відома автора та редакції**

*Мова видання: українська, англійська*

Торгівля і ринок України : тематичний зб. наук. праць / Донецький нац. ун-т екон. і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2022. 144 с.

Збірник містить статті, у яких висвітлено результати експериментальних і теоретичних досліджень з актуальних проблем економіки. Фахове видання, у якому можна публікувати результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук, брати участь у наукових дискусіях, повідомляти про наукове відкриття та мати доступ до необхідної в науковій роботі інформації. Для наукових працівників, викладачів, аспірантів і студентів.

© Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2022

ISSN 2079-4762

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE  
MYKHAILO TUHAN-BARANOVSKYI DONETSK  
NATIONAL UNIVERSITY OF ECONOMICS AND TRADE

# TRADE AND MARKET OF UKRAINE

*Thematic collection of scientific works*

2022

№ 2 (52)

*Issued 2 times a year*

Collection of scientific works published since 1994

Founder — Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk National  
University of Economics and Trade

*Journal is included to the international scientificmetrical bases  
and informative-analytical systems*

*Index Copernicus, Google Scholar, ResearchBib, Scientific Indexing Services,  
Ulrichsweb Global Serials Directory, EZB (Elektronische Zeitschriftenbibliothek),  
Crossref, Cite Factor, Advanced Science Index*

Kryvyi Rih  
DonNUET  
2022

Editor in chief — **N. O. Slobodianiuk, Grand PhD in Economic sciences, Professor**  
Deputy editor in chief — **K. S. Khavrova, Grand PhD in Economic sciences, Associate Professor**

Executive Editor in chief — **D. V. Akindiev**  
Executive Secretary — **Yu. B. Lyzhnyk**

**Editorial board of Series (Ukraine):** G. O. Gorina, Grand PhD in Economic sciences, Associate Professor (Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and Trade, Kryvyi Rih); N. V. Lokhman, Grand PhD in Economics Sciences, Associate Professor (Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and Trade, Kryvyi Rih); S. V. Malovycho, Grand PhD in Economic sciences, Associate Professor (Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and Trade, Kryvyi Rih); N. S. Pryimak, Grand PhD in Economic sciences, Associate Professor (Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and Trade, Kryvyi Rih); L. Ya. Shevchenko, PhD in Economic sciences, Associate Professor (Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and Trade, Kryvyi Rih); V. A. Hrosul, Grand PhD in Economic sciences, Professor (Kharkiv State University of Food Technology and Trade); N. O. Krasnikova, PhD in Economic sciences, Associate Professor (Oles Honchar Dnipro National University); O. Yu. Popova, Grand PhD in Economic sciences, Professor (Donetsk National Technical University, Pokrovsk); L. A. Lutai, Grand PhD in Economic sciences, Professor (Training Institute of the State Employment Service of Ukraine, Kyiv); T. D. Kosova, Grand PhD in Economic sciences, Professor (Donbass State Engineering Academy, Kramatorsk).

**Foreign members editorial board:** Staniewski Marcin Waldemar, PhD (University of Economics and Human Sciences in Warsaw, Poland); Nowacki Robert, PhD (University of Economics and Human Sciences in Warsaw, Poland); Shachmurove Yochanan, PhD (City College and the Graduate Center of the City University of New York); Adriana Grigorescu, PhD (National University of Political Studies and Public Administration, Bucharest, Romania); Bachev Hrabrin Ianouchev, PhD (Institute of Agricultural Economics, Sofia, Bulgaria).

***This publication is included in the List of Scientific Professional Editions of Ukraine (Category “B”) (Order No. 1643 of the Ministry of Education and Science of Ukraine dated 28.12.2019).***

*Journal was registered at Ministry of Justice of Ukraine. Reg. no KB № 13182-2067 III dated July 25, 2007. Certificate of Publ. ДК № 4929 dated July 7, 2015.*

Passed for printing under recommendation of Academic Council  
of Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk National University  
of Economics and Trade (transaction No. 5 dated 22.12.2022).

***Reprinting and translations are allowed  
only from the consent of author and editorial board.***

*Language of edition: Ukrainian, English.*

*Torhivlia i rynek Ukraine* (2022). Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and Trade [Trade and market of Ukraine]. Kryvyi Rih, DonNUET, 144 p.

Collection contains scientific articles, in which the results of urgent economic problems experimental and theoretical researches are presented. Professional edition, where the results of thesis research for earning a degree PhD can be published, scholarly discussions can be conducted, scientific discovery can be reported about and necessary scientific information can be found.

For academicians, lecturers, post-graduate students and students.

## ЗМІСТ

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ  
СВІТОВОГО ТА НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА*Бочарова Ю. Г., Чернега О. Б., Кожухова Т. В., Іщенко О. В.*СПЕЦІАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ЗОНИ:  
СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ В СВІТІ ..... 9*Іванова Н. С., Лижник Ю. Б.*ТЕОРЕТИКО-АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ КРИЗИ  
НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ..... 19*Лохман Н. В., Берідзе Т. М.*ЕТИОЛОГІЯ ЕФЕКТІВ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ  
ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ..... 29*Шмиголь Н. М., Єлісєєв Є. Ю.*ОБГРУНТУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДОЦІЛЬНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ  
ІННОВАЦІЙНОГО МЕТОДУ ШАХОВОЇ ОСВІТИ —  
ВІДКРИТТЯ ШАХОВИХ ОНЛАЙН-ШКІЛ ..... 35

## ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ ТА ПОСЛУГ

*Єлісєєва О. К., Хмелик В. І.*ОЦІНЮВАННЯ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ  
НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ ІМПУЛЬСНОГО МОДЕЛЮВАННЯ..... 44*Клецьков Є. Г., Філіппова О. Ю.*

ДІЯЛЬНІСТЬ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ... 52

*Лижник Ю. Б., Федотова Т. А.*ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНІЧНОГО ТА ФУНДАМЕНТАЛЬНОГО АНАЛІЗУ  
ЦІННИХ ПАПЕРІВ УКРАЇНСЬКИХ ЕМІТЕНТІВ ..... 58ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ,  
МАРКЕТИНГ, МЕНЕДЖМЕНТ*Андрущенко Г. І., Петрішина Т. О., Зав'ялова М. В., Волошанюк Н. В.*ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ КОМПАНІЙ  
В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ:  
ДИЛЕМА «ПРИБУТКОВІСТЬ — ГІДНІСТЬ» ..... 67*Богатирьова Г. А., Барабанова В. В.*ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ  
ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ПАРАДИГМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ..... 75*Іванова Н. С., Рикун С. С.*ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА  
В УМОВАХ КРИЗ..... 85*Приймак Н. С., Чернега О. Б.*ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ:  
ЕКОНОМІЧНІ ВИМІРИ В УМОВАХ МУНІЦИПАЛЬНОГО УТВОРЕННЯ ..... 95

## РОЗВИТОК СФЕРИ ПОСЛУГ НА МІКРО-, МЕЗО- ТА МАКРОРІВНЯХ

*Бочарова Ю. Г., Федотова Т. А., Іщенко О. В., Огій Л. Я.*

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ:  
ОЦІНКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ  
В ПЕРІОД ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ..... 103

*Ніколайчук О. А.*

СУЧАСНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОЇ БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ..... 118

*Романуха О. М., Горіна Г. О., Васильєва В. К.*

КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ СТАНУ РОЗВИТКУ РИНКУ  
ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ ТА КРАЇН ЄС ..... 127

*Федотова Т. А., Лижник Ю. Б., Питомець М. О.*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У СВІТОВІЙ ТОРГІВЛІ ПРОДОВОЛЬСТВОМ ..... 135

## CONTENT

### SOCIO-ECONOMIC PROBLEMS OF WORLD AND NATIONAL

<i>Bocharova Yu. G., Chernega O. B., Kozhuhova T. V., Ishchenko O. V.</i> SPECIAL ECONOMIC ZONES: STATE AND FEATURES OF THE DEVELOPMENT IN THE WORLD .....	9
<i>Ivanova N. S., Lyzhnyk Yu. B.</i> THEORETICAL AND ANALYTICAL STUDY OF THE INFLUENCE OF THE CRISIS ON THE ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE .....	19
<i>Lokhman N. V., Beridze T. M.</i> ETIOLOGY OF THE EFFECTS OF USING THE INNOVATIVE POTENTIAL OF TOURIST ENTERPRISES .....	29
<i>Shmygol N. M., Yelisieiev Ye. Yu.</i> SUBSTANTIATION OF THE ECONOMIC FEASIBILITY OF USING AN INNOVATIVE METHOD OF CHESS EDUCATION — OPENING AN ONLINE CHESS SCHOOL .....	35

### ECONOMY OF TRADE AND SERVICES

<i>Yelisieieva O. K., Khmelik V. I.</i> ASSESSMENT OF HEALTH CARE DEVELOPMENT IN UKRAINE BASED ON IMPULSE MODELING .....	44
<i>Klievtsov Ye. G., Filippova O. Yu.</i> RESTAURANT BUSINESS ACTIVITY IN UKRAINE UNDER THE CONDITIONS OF MARITAL STATE .....	52
<i>Lyzhnyk Yu. B., Fedotova T. A.</i> PECULIARITIES OF THE APPLICATION OF TECHNICAL AND FUNDAMENTAL ANALYSIS OF SECURITIES OF UKRAINIAN ISSUERS .....	58

### ENTREPRENEURIAL ACTIVITY, MARKETING, MANAGEMENT

<i>Andrushchenko H. I., Petrishyna T. O., Zavialova M. V., Voloshaniuk N. V.</i> FEATURES OF THE FORMATION MECHANISM OF COMPANIES' MARKETING STRATEGIES DURING THE RUSSIAN AND UKRAINIAN WAR: THE DILEMMA «PROFITABILITY – DIGNITY» .....	67
<i>Bohatyryova G. A., Barabanova V. V.</i> FEATURES OF MARKETING MANAGEMENT OF A TOURIST ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT PARADIGM .....	75
<i>Ivanova N. S., Rykun S. S.</i> FEATURES OF INDUSTRIAL ENTERPRISE STAFF MOTIVATION IN CRISIS CONDITIONS.....	85
<i>Pryimak N. S., Chernega O. B.</i> THE EFFECTIVENESS OF PUBLIC AUTHORITIES ACTIVITY: ECONOMIC DIMENSIONS IN THE CONDITIONS OF MUNICIPAL ENTITY .....	95

**DEVELOPMENT OF SPHERE OF SERVICES  
ON MIKRO-, MEZO- AND MACROLEVELS***Bocharova Yu. G., Fedotova T. A., Ishchenko O. V., Ogi L. Ya.*

EXPORT POTENTIAL OF THE TOURISM INDUSTRY OF UKRAINE:  
ASSESSMENT AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT  
IN THE PERIOD OF POST-WAR RECOVERY ..... 103

*Nikolaichuk O. A.*

CURRENT TRANSFORMATIONS OF GLOBAL EXCHANGE TRADING ..... 118

*Romanukha O. M., Gorina G. O., Vasylieva V. K.*

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE STATE OF MARKET DEVELOPMENT  
OF HOTEL SERVICES IN UKRAINE AND EU COUNTRIES ..... 127

*Fedotova T. A., Lyzhnyk Yu. B., Pitomets M. O.*

CURRENT TRENDS IN GLOBAL FOOD TRADE ..... 135



## СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ СВІТОВОГО ТА НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

DOI : 10.33274/2079-4762-2022-52-2-9-19

JEL: F21, F29

УДК 332.13(477)

**Бочарова Ю. Г.,**  
д-р екон. наук,  
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського,  
м. Кривий Ріг, Україна,  
e-mail: bocharova@donnuet.edu.ua

**Чернега О. Б.,**  
д-р екон. наук,  
професор

e-mail: chernega@donnuet.edu.ua

**Кожухова Т. В.,**  
д-р екон. наук,  
доцент

e-mail: kozhuhova@donnuet.edu.ua

**Іщенко О. В.**  
провідний економіст

Інститут економіки промисловості НАН України,  
м. Київ, Україна,  
e-mail: ischenko80@gmail.com

### СПЕЦІАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ЗОНИ: СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ В СВІТІ

UDC 332.13(477)

**Bocharova Yu. G.,**  
Grand PhD in Economic Sciences,  
Associate Professor

Mykhailo Tuhun-Baranovskyi Donetsk National University  
of Economics and Trade, Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: bocharova@donnuet.edu.ua

**Chernega O. B.,**  
Grand PhD in Economic Sciences,  
Professor

e-mail: chernega@donnuet.edu.ua

**Kozhuhova T. V.,**  
Grand PhD in Economic Sciences,  
Associate Professor

e-mail: kozhuhova@donnuet.edu.ua

**Ishchenko O. V.,**  
Senior Lector

Institute of Industrial Economics, National Academy of  
Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine,  
e-mail: ischenko80@gmail.com

### SPECIAL ECONOMIC ZONES: STATE AND FEATURES OF THE DEVELOPMENT IN THE WORLD

***Мета.** Аналіз стану та особливостей розвитку спеціальних економічних зон в світі.*

***Методи.** У процесі дослідження використано такі методи та прийоми пізнання: теоретичне узагальнення і порівняння, аналіз і синтез, індукція та дедукція, групування.*

***Результати.** Установлено, що у 1975–2018 рр. кількість країн світу, у яких створено спеціальні економічні зони, збільшилася більше, ніж в 5 разів, а кількість спеціальних економічних зон — більше, ніж у 67 разів. Станом на 2018 рік в світі нараховувалося майже 5400 спеціальних економічних зон у 147 країнах. Установлено, що розвиток СЕЗ в світі має хвилеподібний характер, ідентифіковано три основні хвилі розвитку СЕЗ в світі: перша хвиля — 90-ті рр. ХХ століття; друга хвиля — перша декада ХХІ століття; третя хвиля — друга половина другої декади ХХІ століття. Установлено, що розвиток СЕЗ в світі характеризується суттєвими країновими та макрорегіональними асиметріями та диспропорціями. Найбільш активно СЕЗ розвиваються, у країнах, що розвиваються. На частку країн зазначеної групи припадає 88,6 % від загальної кількості*

© Ю. Г. Бочарова, О. Б. Чернега, Т. В. Кожухова, О. В. Іщенко, 2022

СЕЗ, що створено в світі, 95,1 % — СЕЗ в світі, що знаходяться у процесі розробки, 99 % СЕЗ, що планується створити в світі. Визначено, що у групі країн, що розвиваються, макрорегіоном, де найбільш активно розвиваються СЕЗ, є Азія. На Азію припадає 75,2 % від загальної кількості СЕЗ, створених у світі або майже 85 % СЕЗ, що створено в країнах, що розвиваються; 78 % від загальної кількості СЕЗ, що знаходяться в процесі розробки в світі, або 82,3 % СЕЗ, що знаходяться в процесі розробки в країнах, що розвиваються; майже 83 % від загальної кількості СЕЗ, що планується створити в світі, або 83,5 % від загальної кількості СЕЗ, що планується створити у країнах, що розвиваються. Азія як макрорегіон характеризується суттєвими асиметріями розвитку СЕЗ. Найбільш активний розвиток СЕЗ спостерігається в країнах Східної Азії. Так, на країни Східної Азії припадає 65,4 % від загальної кількості СЕЗ, що функціонують в країнах Азії або 49,1 % від загальної кількості СЕЗ, що функціонують в світі. Найбільшими центрами розвитку СЕЗ є Китай та Індія. Площа більшості СЕЗ, що функціонували в світі у 2018 р., варіювалася у межах 100.1–500 га. Майже 2/3 СЕЗ, що функціонувало в світі у 2018 р., можна ідентифікувати як багатогалузеві СЕЗ або СЕЗ без спеціалізації. Визначено, що в масштабах світу СЕЗ засвідчують свою ефективність, діяльність СЕЗ в різних країнах світу, навіть в окремих регіонах однієї країни, характеризується суттєвими відмінностями рівнів ефективності. Успішний розвиток СЕЗ має місце тоді, коли урядами застосовується стратегічний підхід до формування рамок політики, програм розвитку СЕЗ, враховуються конкурентні переваги та можливості простору, де створюються СЕЗ, враховуються вимоги сталого розвитку, реалізується комплекс заходів, спрямованих на розвиток зв'язків СЕЗ із усіма галузями національної економіки тощо.

**Ключові слова:** спеціальні економічні зони, розвиток, розвинені країни, країни, що розвиваються, транзитивні економіки, типізація СЕЗ.

**Постановка проблеми.** Результати досліджень міжнародного руху капіталу [1–3] об'єктивно доводять, що у XXI столітті країни продовжують активно конкурувати між собою за можливість залучення міжнародного приватного капіталу, використовуючи при цьому широкий перелік інструментів підвищення інвестиційної привабливості, серед яких одним із найбільш поширених є спеціальні економічні зони.

Спеціальні економічні зони (СЕЗ) — це складний та багатоаспектний феномен, що охоплює різні за розміром, спеціалізацією, просторовим положенням та призначенням території, об'єкти, що характеризуються спеціальним режимом ведення господарської діяльності та спеціальним юридичним статусом, покликани забезпечити імпульс до розвитку, позитивні соціально-економічні зрушення, підвищення інвестиційної привабливості та конкурентоспроможність країн та регіонів, де вони створюються та функціонують.

Станом на 2022 рік у світі створено та успішно функціонують понад 5000 СЕЗ, країни світу активно використовують СЕЗ для вирішення широкого кола завдань, у т. ч. підвищення інвестиційної привабливості, в той час, як в Україні, відповідно до даних ЮНКТАД [1, 2], немає жодної СЕЗ (відповідно до даних Міністерства економіки України, в Укра-

їні функціонує 11 СЕЗ: «Азов», «Донецьк», «Закарпаття», «Інтерпорт Ковель», «Курорт-тополіс Трускавець», «Миколаїв», «Порто-Франко», «Порт Крим», «Рені», «Славутич», «Яворів» [4]), втратили чинність ряд нормативно-правових актів, що визначали та регламентували діяльність СЕЗ, натомість було введено поняття «функціональний тип території» [5], розвиток СЕЗ в Україні як інструменту підвищення конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості тощо викликає багато дискусій, адже функціонування СЕЗ в Україні часто пов'язують із корупційними схемами, сприймають як неефективну форму просторової організації бізнесу.

Беручи до уваги все зазначене вище, стан та особливості розвитку СЕЗ в світі в цілому, так і в окремих його макрорегіонах, країнах, у т. ч. Україні, становить значний науковий та практичний інтерес.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Незважаючи на активний розвиток СЕЗ в світі, їх порівняно високий рівень ефективності в світі та низький рівень ефективності в Україні, питання розвитку СЕЗ в Україні та світі не привертають значної уваги української наукової спільноти. Результати видачі за пошуковим запитом «спеціальні економічні зони», «вільні економічні зони» у Національній бібліотеці України імені В. І. Вернадсько-

го містять усього 18 документів, більшість з яких датуються 2011–2016 рр. [6], лише 4 — 2017–2020 рр. [7–10]; у Національному репозитарії академічних текстів — усього 17 документів, більшість із яких датуються 2001–2010 рр., лише 4 — 2012–2017 рр. [11]. У той же час, науковий інтерес до теорії та практики функціонування спеціальних економічних зон світової наукової спільноти не тільки не зменшується із плином часу, а й суттєво зростає, про що об'єктивно свідчить кількість робіт, що індексуються в базі Scopus, у яких зустрічається словосполучення «спеціальна економічна зона» у 1999–2022 рр. Так, протягом періоду, що аналізується, кількість відповідних публікацій в базі Scopus збільшилася на 7730 одиниць — з 1103 одиниць у 1999 році до 8833 одиниць у 2022 році, у т. ч. у 2015–2022 рр. —

на 4330 одиниць — з 4503 одиниць у 2015 році до 8833 одиниць у 2022 році [12].

Таким чином, на сучасному етапі розвитку наукової думки в Україні питання функціонування та розвитку СЕЗ потребують подальшого дослідження, актуалізації.

**Мета статті** полягає у аналізі стану та особливостей розвитку спеціальних економічних зон в світі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Як свідчать результати аналізу досліджень ЮНКТАД [1–3], у 1975–2018 рр. кількість країн світу, у яких створено спеціальні економічні зони збільшилася більше, ніж в 5 разів, а кількість спеціальних економічних зон — більше, ніж у 67 разів. Станом на 2018 рік в світі нараховувалося майже 5400 спеціальних економічних зон у 147 країнах (табл. 1).

Таблиця 1

**Кількісні показники розвитку спеціальних економічних зон у світі  
(складено авторами на основі даних [1, 2])**

Роки	Кількість країн із СЕЗ	Кількість СЕЗ
1975	29	79
1986	47	176
1995	73	500
1997	93	845
2002	116	3000
2006	130	3500
2008	135	н/д
2014	н/д	4300
2018	147	5400
Абсолютне відхилення	118	5321

У 1975–2018 рр. фіксувався сталий тренд на збільшення як кількості країн із СЕЗ, так і збільшення кількості самих СЕЗ. Разом із тим, можна констатувати, що аналіз динаміки показників кількості країн із спеціальними економічними зонами та кількості спеціальних економічних зон протягом періоду, що аналізується, дозволяє виділити декілька періодів — хвиль, в межах яких зростання значених показників відбувалося найбільш динамічно. Так, перша хвиля — 90-ті рр. ХХ століття — найбільше зростання значень показників кількості країн із СЕЗ та кількість СЕЗ порівняно із попереднім періодом фіксувалося у 1997 р. У 1997 р. кількість країн із СЕЗ збільшилася на 64 одиниці, а кількість СЕЗ — на 798 одиниць. Друга хвиля — перша декада

ХХІ століття — найбільше зростання значень показників кількості країн із СЕЗ та кількість СЕЗ порівняно із попереднім періодом фіксувалося у 2002 р. У 2002 році кількість країн із СЕЗ збільшилася на 101 одиниці, а кількість СЕЗ — на 3453 одиниці. Третя хвиля — друга половина другої декади ХХІ століття — найбільше зростання значень показників кількості країн із СЕЗ та кількість СЕЗ порівняно із попереднім періодом фіксувалося у 2018 р. У 2018 році кількість країн із СЕЗ збільшилася на 12 одиниць, а кількість СЕЗ — на 1100 одиниць (табл. 1).

Хвилеподібний розвиток СЕЗ у ХХ-ХХІ столітті пов'язаний із особливостями розвитку нормативно-правового забезпечення СЕЗ у світі, в межах якого зафіксовано певні

**Розвиток нормативно-правового забезпечення функціонування СЕЗ у світі  
(складено авторами на основі даних [1, 2])**

Історичний період	Кількість країн	Перелік країн, у яких було вперше розроблено інституційне підґрунтя розвитку СЕЗ	
XIX століття	1	Швейцарія	
XX століття	20–30 рр.	2	США, Уругвай
	40–50 рр.	5	Ліберія, Багамські острови, Бразилія, Колумбія, Панама
	60–70 рр.	23	Єгипет, Маврикій, Сенегал, Індія, Індонезія, Йорданія, Республіка Корея, Малайзія, Філіппіни, Сінгапур, Шрі-Ланка, Сирійська Арабська Республіка, Тайвань, Таїланд, Чилі, Домініканська Республіка, Гренада, Гватемала, Гаїті, Гондурас, Ямайка, Мексика, Нікарагуа
XXI століття	80–90 рр.	58	Польща, Алжир, Бурунді, Кабо Верде, Камерун, Джибуті, Демократична Республіка Конго, Гана, Кенія, Мадагаскар, Малаві, Малі, Марокко, Намібія, Нігерія, Сейшельські острови, Південна Африка, Судан, Того, Туніс, Зімбабве, Бангладеш, Китай, Іран, Ісламська Республіка, Ірак, Північна Корея, Кувейт, Пакистан, Палестина, Туреччина, Об'єднані Арабські Емірати, В'єтнам, Ємен, Фіджі, Антигуа і Барбуда, Аргентина, Беліз, Болівія, Коста-Рика, Куба, Еквадор, Сальвадор, Парагвай, Перу, Сент-Люсія, Тринідад і Тобаго, Венесуела, Білорусь, Боснія і Герцеговина, Казахстан, Киргизстан, Молдова, Чорногорія, росія, Сербія, Туркменістан, Україна, Узбекистан
	2000–2010 рр.	27	Японія, Ангола, Бенін, Кот д'Івуар, Еритрея, Габон, Гамбія, Мавританія, Мозамбик, Сьєрра-Леоне, Танзанія, Замбія, Камбоджа, Лаос, Ліван, Монголія, Оман, Катар, Саудівська Аравія, Палау, Папуа-Нова Гвінея, Албанія, Азербайджан, Грузія, Косово, Північна Македонія, Таджикистан
	2010 — дотепер	12	Есватіні, Ефіопія, Гвінея, Руанда, Уганда, Бруней Даруссалам, Мальдіви, М'янма, Непал, Тимор-Лешті, Кайманові острови, Вірменія

фіскальні, митні, торговельні та інвестиційні стимули зазначених територій (табл. 2).

Країни почали активно розробляти законодавство щодо спеціальних економічних зон у 60–90 рр. XX століття; пік такої активності прийшов саме на 80–90 рр. У 80–90-х рр. XX століття було розроблено та вперше запроваджено нормативно-правове підґрунтя функціонування СЕЗ у 58 країнах, у т. ч. й в Україні. В цілому ж першою країною, у якій, відповідно до даних ЮНКТАД, було розроблено інституційне підґрунтя (нормативно-правова база) функціонування СЕЗ є Швейцарія. У XXI столітті фіксується розвиток відповідного нормативно-правового забезпечення у 39 країнах, більшу частину з яких становлять країни Африки.

Станом на 2018 рік розвиток СЕЗ у світі характеризується суттєвими країновими та макрорегіональними асиметріями та диспропорціями (табл. 3).

Найбільш активно СЕЗ розвиваються, у країнах, що розвиваються. На частку країн за-

значеної групи припадає 88,6 % від загальної кількості СЕЗ, що створено у світі, 95,1 % — СЕЗ у світі, що знаходяться у процесі розробки, 99 % СЕЗ, що планується створити у світі. Активний розвиток СЕЗ у країнах, що розвиваються, пов'язаний із тим, що більшість із зазначених країн розглядають СЕЗ як інструмент, за допомогою якого можливо частково нівелювати недоліки інвестиційного клімату. Для порівняння на розвинені країни світу припадає лише 6,9 % від загальної кількості СЕЗ, що функціонують у світі, 1,1 % СЕЗ, що знаходяться у процесі розробки; на транзитивні економіки — 4,4 % від загальної кількості СЕЗ, що функціонують у світі, 3,8 % СЕЗ, що знаходяться у процесі розробки, 1 % від загальної кількості СЕЗ, що планується створити.

У групі країн, що розвиваються, макрорегіоном, де найбільш активно розвивається СЕЗ, є Азія. Так, станом на 2018 рік в Азії створено та функціонують 4046 СЕЗ, 371 СЕЗ знаходилося у процесі розробки, 419

## Асиметрії та диспропорції розвитку СЕЗ в світі (складено та розраховано авторами на основі даних [1, 2])

Просторова характеристика	Кількість СЕЗ, одиниць			Кількість СЕЗ, %		
	функціонує	У процесі розробки	Планується створити	функціонує	У процесі розробки	Планується створити
Світ	5383	474	507	100	100	100
Розвинені країни	374	5	-	6,9	1,1	0,0
Європа	105	5	-	2,0	1,1	0,0
Північна Америка	262	-	-	4,9	0,0	0,0
Країни, що розвиваються	4772	451	502	88,6	95,1	99,0
Азія	4046	371	419	75,2	78,3	82,6
Східна Азія	2645	13	-	49,1	2,7	0,0
Китай	2543	13	-	47,2	2,7	0,0
Південно-Східна Азія	737	167	235	13,7	35,2	46,4
Південна Азія	456	167	184	8,5	35,2	36,3
Індія	373	142	61	6,9	30,0	12,0
Західна Азія	208	24	-	3,9	5,1	0,0
Африка	237	51	53	4,4	10,8	10,5
Країни Латинської Америки та Карибського басейну	486	28	24	9,0	5,9	4,7
Транзитивні економіки	237	18	5	4,4	3,8	1,0

СЕЗ планувалося створити. Таким чином, на Азію припадає 75,2 % від загальної кількості СЕЗ, створених у світі, майже 85 % СЕЗ, що створено в країнах, що розвиваються; 78 % від загальної кількості, що створено в світі, або 82,3 % СЕЗ, що знаходяться в процесі розробки в країнах, що розвиваються; майже 83 % від загальної кількості СЕЗ, що планується створити в світі, або 83,5 % від загальної кількості СЕЗ, що планується створити у країнах, що розвиваються. Для порівняння, на країни Латинської Америки та Карибського басейну у 2018 році припадало 4,4 % від загальної кількості СЕЗ, що функціонують у світі, або 10,2 % загальної кількості СЕЗ, що функціонують у країнах, що розвиваються, 10,8 % від СЕЗ, що знаходяться в процесі розробки в світі, або 6,2 % загальної кількості СЕЗ, що знаходяться у процесі розробки в країнах, що розвиваються, 10,5 % від СЕЗ, що планується створити в світі, або 4,8 % від загальної кількості СЕЗ, що планується створити у країнах, що розвиваються; на країни Африки — 9 % від загальної кількості СЕЗ, що функціонують

у світі, або 5 % загальної кількості СЕЗ, що функціонують у країнах, що розвиваються, 5,9 % від СЕЗ, що знаходяться в процесу розробки в світі, або 11,3 % загальної кількості СЕЗ, що знаходяться у процесі розробки в країнах, що розвиваються, 4,7 % від СЕЗ, що планується створити в світі, або 10,6 % від загальної кількості СЕЗ, що планується створити у країнах, що розвиваються.

Азія як макрорегіон також характеризувався суттєвими асиметріями розвитку СЕЗ. Найбільш активний розвиток СЕЗ спостерігався в країнах Східної Азії. Так, на країни Східної Азії припадало 65,4 % від загальної кількості СЕЗ, що функціонувало в країнах Азії або 49,1 % від загальної кількості СЕЗ, що функціонувало в світі. Для порівняння, на країни Південно-Східної Азії припадає 18,2 % та 13,7 % відповідно, країни Південної Азії — 11,3 % та 8,5 % відповідно, країни Західної Азії — 5,1 % та 3,9 % відповідно (табл. 3).

У 2018 році ідентифікуються 2 світові центри розвитку СЕЗ: Китай (Східна Азія) та Індія (Південна Азія). Так, у 2019 році у Китаї функціонувало 2543 СЕЗ ще 13 знаходилося

у процесі розробки, що відповідало 62,9 % від загальної кількості СЕЗ в Азії, 96 % загальної кількості СЕЗ, що функціонують в країнах Східної Азії, 3,5 % СЕЗ, що планується створити в Азії, 100 % — в Східній Азії; у Індії функціонувало 373 СЕЗ, 142 СЕЗ знаходилися у процесі розробки, 61 СЕЗ планувалося створити, що відповідало 9,2 % загальної кількості СЕЗ в Азії або майже 82 % СЕЗ Південної Азії, 3,5 % СЕЗ, що знаходилися у процесі розробки в Азії або 85 % СЕЗ, що знаходилися у процесі розробки в південній Азії, 1,5 % СЕЗ, що планується створити в Азії або 33 % СЕЗ, що планується створити в Південній Азії відповідно. Крім того, відповідно до даних ЮНКТАД, СЕЗ активно розвиваються в таких країнах Азії, як Філіппіни, Туреччина, Тайланд, Республіка Корея, ОАЕ, Малайзія, Бангладеш, Камбоджа. Найбільшими центрами розвитку СЕЗ у країнах, що розвиваються, Латинської Америки та Карибського басейну є Домініканська республіка (73 СЕЗ), Нікарагуа (52 СЕЗ), Коста Ріка (49 СЕЗ), Гондурас (39 СЕЗ), Колумбія (39 СЕЗ); Африки — Кенія (61 країна), Нігерія (38 країн), Ефіопія (18 країн), Камерун (9 країн). Найбільшими центрами розвитку СЕЗ в межах транзитивних економік є: росія (130 СЕЗ), Північна Македонія (15 СЕЗ), Сербія (14 СЕЗ), Казахстан (10 СЕЗ), Косово (9 СЕЗ). В межах розвинених країн виділяють такі центри розвитку СЕЗ, як: США (262 СЕЗ у 2019 році), Польща (21 СЕЗ), Литва (16 СЕЗ), Хорватія (11 СЕЗ), Болгарія (9 СЕЗ).

Сучасні країни світу також суттєво різняться за розмірами СЕЗ, що функціонують на їх теренах.

Площа більшості СЕЗ, що функціонувало в світі у 2018 р., варіювалася у межах 100.1–500 га. Так, у 2018 році кількість СЕЗ в світі, площа яких відповідала зазначеним параметрам, становила 1518 одиниць. Для порівняння, кількість СЕЗ в світі, площа яких становила 0–20 га — 713 одиниць, 20.1–100 га — 556 одиниць, 500.1–1 000 га — 837 одиниць.

У розвинених країнах у 2018 році переважали СЕЗ, площа яких була більше, ніж 1000 га; у країнах, що розвиваються — 100.1–500 га; у транзитивних економіках — 20.1–100 га. Крім того, у країнах, що розвиваються, фіксувалися певні макрорегіональні особливості домінуючих типів СЕЗ (за розмірами). Так, в Азії та Африці переважали СЕЗ, площа яких

становила 100.1–500 га, у країнах Латинської Америки та Карибського басейну — 20.1–100 га (табл. 4). У країнах, що розвиваються, транзитивних економіках, існує також практика створення спеціальних зон для окремих підприємств («free points»). Так, станом на 2018 р. такі «free points» створені в 16 країнах, що розвиваються, в 1 транзитивній економіці.

СЕЗ, що функціонують в світі, суттєво різняться за спеціалізацією. Виділяють 4 основні типи СЕЗ за зазначеною ознакою:

— логістичні хаби (Logistics hubs (FTZs)), що зазвичай розташовуються в межах великих промислових міст — фокусуються на забезпеченні розвитку комерційних, складських та логістичних послуг, наданні послуг, пов'язаних із розвитком зовнішньої торгівлі, зберіганням, реекспортом в аеропортах, морських портах та на кордонах;

— багатогалузеві СЕЗ або СЕЗ без спеціалізації (Multi-activity SEZs) — покликані забезпечити розвиток промисловості;

— спеціалізовані СЕЗ (Specialized SEZs) — фокусуються на певних секторах, галузях промисловості, що характеризуються порівняно найвищою доданою вартістю, значним потенціалом включення або покращення позиції у глобальному ланцюгу вартості;

— інноваційні СЕЗ (Innovation-driven SEZs) — фокусуються на забезпеченні промислової модернізації, розвитку нових високотехнологічних галузей промисловості.

Проведений аналіз стану та особливостей розвитку СЕЗ в світі на основі даних ЮНКТАД, дає підстави констатувати, що більшість СЕЗ, що функціонувало в світі у 2018 р., можна ідентифікувати як багатогалузеві СЕЗ або СЕЗ без спеціалізації. На частку зазначеного різновиду СЕЗ припадає 62,2 % від загальної кількості СЕЗ в світі. Така ситуація була обумовлена тим, що даний різновид СЕЗ переважає в країнах, що розвиваються, на частку яких припадає лівова частка загальної кількості СЕЗ, що функціонують у світі, країни, що розвиваються активно здійснюють промисловий розвиток, мають на меті включення або покращення позиції в глобальному ланцюгу вартості.

У розвинених країнах СЕЗ здебільшого виконують роль логістичного хаба (90,6 % від загальної кількості СЕЗ розвинених країн). У транзитивних економіках — спеціалізовані економічні зони (табл. 5).

Таблиця 4

**Особливості розвитку СЕЗ (за розміром) в світі  
(складено авторами на основі даних [1, 2])**

Просторова характеристика	Одиниці виміру	Типізація СЕЗ за розмірами					
		0–20 га	20.1–100 га	100.1–500 га	500.1–1000 га	Більше, ніж 1000 га	Немає інформації
Світ	од	713	556	1518	837	658	1101
	% <sup>1</sup>	13,2	10,3	28,2	15,5	12,2	20,5
Розвинені країни	од	8	9	10	7	18	322
	% <sup>2</sup>	2,1	2,4	2,7	1,9	4,8	86,1
Країни, що розвиваються	од	691	512	1477	819	621	652
	% <sup>2</sup>	14,5	10,7	31,0	17,2	13,0	13,7
Азія	од	609	387	1414	804	583	249
	% <sup>2</sup>	15,1	9,6	34,9	19,9	14,4	6,2
Африка	од	7	18	32	10	15	155
	% <sup>2</sup>	3,0	7,6	13,5	4,2	6,3	65,4
Країни Латинської Америки та Карибського басейну	од	75	107	31	5	21	247
	% <sup>2</sup>	15,4	22,0	6,4	1,0	4,3	50,8
Транзитивні економіки	од	14	35	31	11	19	127
	% <sup>2</sup>	5,9	14,8	13,1	4,6	8,0	53,6

Примітка: 1 — частка від загальної кількості СЕЗ, що функціонують у світі; 2 — частка від загальної кількості СЕЗ, що функціонують у відповідній групі країн чи макрорегіоні.

Таблиця 5

**Особливості розвитку СЕЗ (за спеціалізацією) в світі  
(складено авторами на основі даних [1, 2])**

Просторова характеристика	Одиниці виміру	Типізація СЕЗ за спеціалізацією			
		Логістичний хаб	Багатогалузеві СЕЗ або СЕЗ без спеціалізації	Спеціалізовані	Інноваційні
Світ	од	452	3346	1294	291
	% <sup>1</sup>	8,4	62,2	24,0	5,4
Розвинені країни	од	339	32	3	0
	% <sup>2</sup>	90,6	8,6	0,8	0,0
Країни, що розвиваються	од	107	3233	1152	280
	% <sup>2</sup>	2,2	67,7	24,1	5,9
Азія	од	62	2644	1066	274
	% <sup>2</sup>	1,5	65,3	26,3	6,8
Африка	од	н/д	н/д	н/д	н/д
	% <sup>2</sup>	-	-	-	-
Країни Латинської Америки та Карибського басейну	од	43	375	62	6
	% <sup>2</sup>	8,8	77,2	12,8	1,2
Транзитивні економіки	од	6	81	139	11
	% <sup>2</sup>	2,5	34,2	58,6	4,6

Примітка: 1 — частка від загальної кількості СЕЗ, що функціонують у світі; 2 — частка від загальної кількості СЕЗ, що функціонують у відповідній групі країн чи макрорегіоні

Країнові та макрорегіональні відмінності у розвитку СЕЗ різних типів обумовлені тим, що цілі, що переслідують країни, що відносяться до різних груп (розвинених країн,

країн, що розвиваються, транзитивних економік), створюючи СЕЗ, а отже і домінуючі в економіках різновиди СЕЗ суттєво розрізняються. Так, розвинені країни, створюючи СЕЗ, перш за все, мають на меті створення ефективних платформ для формування нових складних міжнародних ланцюгів поставок, недопущення суттєвих економічних дисбалансів (регіональних, структурних тощо); країни, що розвиваються, та країни із транзитивною економікою, створюючи СЕЗ, керуються значно ширшим переліком цілей, що визначаються з огляду на досягнутий рівень соціально-економічного розвитку, у т. ч. стимулювання промислового розвитку, забезпечення розвитку сектору послуг, розвиток нових високотехнологічних галузей, розвиток інноваційного потенціалу економіки, інтеграція в ланцюги вартості та покращення положення в них тощо. Так, країни, що розвиваються, та транзитивні економіки, що характеризуються рівнем доходу вище за середній, створюючи СЕЗ намагаються вирішити такі проблеми, як розвиток сфери послуг, розвиток нових високотехнологічних галузей, розвиток інноваційного потенціалу, а отже їх СЕЗ створюються та функціонують у вигляді інноваційних зон, спеціалізованих зон, орієнтованих на галузі або сегменти, що створюють значну додану вартість, зони послуг. Країни, що розвиваються, та транзитивні економіки, що характеризуються рівнем доходу нижче за середній, створюючи СЕЗ намагаються вирішити такі проблеми, як: модернізація промисловості, інтеграція в глобальні ланцюги вартості та покращення положення в них, розвиток технологій, що призводить до того, що їх СЕЗ функціонують та створюються у вигляді спеціалізованих зон, що фокусуються на тих галузях, секторах, де створюється найбільша додана вартість, інтегровані в глобальні ланцюги вартості, зон послуг. Країни, що розвиваються, та транзитивні економіки, що характеризуються низьким рівнем доходу, створюючи СЕЗ намагаються вирішити такі проблеми, як: стимулювання промислового розвитку та забезпечення диверсифікації економіки, подолання недоліків інвестиційного клімату, здійснення економічних реформ, спрямованих на структурну перебудову економіки, розвиток інфраструктури, забезпечення зайнятості та нарощення експорту, а отже

створюють багатогалузеві СЕЗ або СЕЗ без спеціалізації.

Як свідчать досліджень ЮНКТАД, незважаючи на те, що в масштабах світу СЕЗ засвідчують свою ефективність, діяльність СЕЗ в різних країнах світу і навіть у різних регіонах однієї країни характеризується суттєвими відмінностями у рівні ефективності.

Контент-аналіз джерел [1–3, 7–10] дає підстави стверджувати, що ефективний розвиток СЕЗ має місце тоді, коли урядами застосовується стратегічний підхід до формування рамок політики, програм розвитку СЕЗ; створено ґрунтовну нормативно-правову базу та інститути регулювання СЕЗ; враховуються конкурентні переваги та можливості простору, де створюються СЕЗ; враховуються вимоги сталого розвитку; реалізується комплекс заходів, спрямованих на розвиток зв'язків СЕЗ із усіма галузями національної економіки; підприємства, що функціонують у СЕЗ, можуть отримати вигоду від мережевого ефекту та ефекту масштабу тощо.

**Висновки.** Таким чином, на сучасному етапі розвитку СЕЗ в світі активно розвиваються, що знаходить відображення у зростанні кількості самих СЕЗ (у 1975–2018 рр. кількість СЕЗ зросла більше, ніж у 67 разів) та кількості країн, в яких вони створюються та функціонують (у 1975–2018 рр. кількість країн, в яких створюються та функціонують СЕЗ, зросла більше, ніж у 5 разів). Установлено, що розвиток СЕЗ в світі має хвилеподібний характер, ідентифіковано три основні хвилі розвитку СЕЗ в світі: перша хвиля — 90-ті рр. ХХ століття; друга хвиля — перша декада ХХІ століття; третя хвиля — друга половина другої декади ХХІ століття. Установлено, що розвиток СЕЗ в світі характеризується суттєвими країновими та макрорегіональними асиметріями та диспропорціями. Найбільш активно СЕЗ розвиваються, у країнах, що розвиваються. На частку країн зазначеної групи припадає 88,6 % від загальної кількості СЕЗ, що створено в світі, 95,1 % — СЕЗ в світі, що знаходяться у процесі розробки, 99 % СЕЗ, що планується створити в світі. Визначено, що у групі країн, що розвиваються, макрорегіоном, де найбільш активно розвивається СЕЗ, є Азія. На Азію припадає 75,2 % від загальної кількості СЕЗ, створених у світі, майже 85 % СЕЗ, що створено в країнах, що розвиваються; 78 % від загаль-



ної кількості, що створено в світі, або 82,3 % СЕЗ, що знаходяться в процесі розробки в країнах, що розвиваються; майже 83 % від загальної кількості СЕЗ, що планується створити в світі, або 83,5 % від загальної кількості СЕЗ, що планується створити у країнах, що розвиваються. Азія як макрорегіон характеризується суттєвими асиметріями розвитку СЕЗ. Найбільш активний розвиток СЕЗ спостерігається в країнах Східної Азії. Так, на країни Східної Азії припадає 65,4 % від загальної кількості СЕЗ, що функціонують в країнах Азії або 49,1 % від загальної кількості СЕЗ, що функціонують в світі. Найбільшими центрами розвитку СЕЗ є Китай та Індія. Площа більшості СЕЗ, що функціонували в світі у 2018 р., варіювалася у межах 100.1–500 га. 2/3 СЕЗ, що функціонувало в світі у 2018 р., можна ідентифікувати як багатогалузеві СЕЗ або СЕЗ без спеціалізації. Визначено, що ефективний розвиток СЕЗ має місце тоді, коли урядами застосовується стратегічний підхід до формування рамок політики, програм розвитку СЕЗ; створено ґрунтовну нормативно-правову базу та інститути регулювання СЕЗ; враховуються конкурентні переваги та можливості простору, де створюються СЕЗ; враховуються вимоги сталого розвитку; реалізується комплекс заходів, спрямованих на розвиток зв'язків СЕЗ із усіма галузями національної економіки; підприємства, що функціонують у СЕЗ, можуть отримати вигоду від мережевого ефекту та ефекту масштабу тощо.

#### Список літератури

1. World Investment Report 2019. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/WIR2019\\_CH4.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/WIR2019_CH4.pdf). (дата звернення: 20.12.2022).
2. The Universe of Special Economic Zones (SEZs). URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/wir2019\\_annex\\_table\\_21.xlsx](https://unctad.org/system/files/official-document/wir2019_annex_table_21.xlsx). (дата звернення: 20.12.2022).
3. World Investment Report 2022. URL: <https://unctad.org/webflyer/world-investment-report-2022>. (дата звернення: 20.12.2022).
4. Міністерство економіки України. Основні показники по СЕЗ. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9a321bee-7eaf-48c9-8888-1933f263a96d&title=OsnovniPokaznikiPoSez> (дата звернення: 20.12.2022).

5. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо засад державної регіональної політики та політики відновлення регіонів і територій». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2389-20#Text>. (дата звернення: 20.12.2022).

6. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>. (дата звернення: 20.12.2022).

7. Підоричева І. Ю. Спеціальні економічні зони: світова практика, досвід та альтернативна концепція для України. *Економіка промисловості*. 2020. № 1. С. 5–30. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/econpr\\_2020\\_1\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/econpr_2020_1_3) (дата звернення: 20.12.2022).

8. Гомольська В. В. Спеціальні економічні зони: зарубіжний досвід формування і функціонування. *Наукові записки*. 2018. № 2. С. 90–102. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz\\_2018\\_2\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_2018_2_12) (дата звернення: 20.12.2022).

9. Кузнєцова Н. В., Бабич О. А. Спеціальні економічні зони як механізм залучення ПІІ в Китай. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2020. Вип. 33(1). С. 82–86. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvumevcg\\_2020\\_33\(1\)\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvumevcg_2020_33(1)_17) (дата звернення: 20.12.2022).

10. Колодинський С. Б., Захарченко О. В., Заєць М. А. Вільні економічні зони в сучасній системі зовнішньоекономічних зв'язків. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2019. Т. 18, вип. 3. С. 70–85. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/rectpu\\_2019\\_18\\_3\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/rectpu_2019_18_3_7) (дата звернення: 20.12.2022).

11. Національний репозитарій академічних текстів. URL: <https://nrat.ukrintei.ua> (дата звернення: 20.12.2022).

12. Scopus. URL: <https://www.scopus.com> (дата звернення: 20.12.2022).

#### References

1. World Investment Report 2019. Available at: [https://unctad.org/system/files/official-document/WIR2019\\_CH4.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/WIR2019_CH4.pdf). (Accessed on 20 December 2022).
2. The Universe of Special Economic Zones (SEZs). Available at: [https://unctad.org/system/files/official-document/wir2019\\_annex\\_table\\_21.xlsx](https://unctad.org/system/files/official-document/wir2019_annex_table_21.xlsx). (Accessed on 20 December 2022).
3. World Investment Report 2022. Available at: <https://unctad.org/webflyer/world-investment-report-2022>. (Accessed on 20 December 2022).

4. *Ministerstvo ekonomiky Ukrainy. Osnovni pokaznyky po SEZ* [Ministry of Economy of Ukraine. Main indicators for SEZ]. Available at: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9a321bec-7eaf-48c9-8888-1933f263a96d&title=OsnovniPokaznikiPoSez>. (Accessed on 20 December 2022).
5. *Zakon Ukrainy «Pro vnesennia zmin do deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo zasad derzhavnoi rehionalnoi polityky ta polityky vidnovlennia rehioniv i terytorii»* [The Law of Ukraine «On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine Regarding the Basics of State Regional Policy and the Policy of Reconstruction of Regions and Territories»]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2389-20#Text>. (Accessed on 20 December 2022).
6. *Natsionalna biblioteka Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho* [National Library of Ukraine named after V.I. Vernadsky]. Available at: <http://www.nbuv.gov.ua>. (Accessed on 20 December 2022).
7. Pidorycheva, I. Yu. (2020). *Spetsialni ekonomichni zony: svitova praktyka, dosvid ta alternatyvna kontsepsiia dlia Ukrainy* [Special economic zones: world practice, experience and an alternative concept for Ukraine]. *Ekonomika promyslovosti* [Economy of industry], vol. 1. pp. 5–30. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/econpr\\_2020\\_1\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/econpr_2020_1_3). (Accessed on 20 December 2022).
8. Homolska, V. V. (2018). *Spetsialni ekonomichni zony: zarubizhnyi dosvid formuvannia i funktsionuvannia* [Special economic zones: foreign experience of formation and functioning]. *Naukovi zapysky* [Proceedings], vol. 2. pp. 90–102. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz\\_2018\\_2\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_2018_2_12). (Accessed on 20 December 2022).
9. Kuznietsova, N. V., Babych, O. A. (2020). *Spetsialni ekonomichni zony yak mekhanizm zaluchennia PII v Kytai* [Special economic zones as a mechanism for attracting FDI to China]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnogo universytetu. Seriya : Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo* [Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University. Series: International economic relations and world economy] vyp. 33(1), pp. 82–86. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvu-umevcg\\_2020\\_33\(1\)\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvu-umevcg_2020_33(1)_17). (Accessed on 20 December 2022).
10. Kolodynskyi, S. B., Zakharchenko, O. V., Zaiets, M. A. (2019). *Vilni ekonomichni zony v suchasni systemi zovnishnoekonomichnykh zvyazkiv* [Free economic zones in the modern system of foreign economic relations]. *Rynkova ekonomika: suchasna teoriia i praktyka upravlinnia* [Market economy: modern management theory and practice], vol. 3. pp. 70–85. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/rectpu\\_2019\\_18\\_3\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/rectpu_2019_18_3_7). (Accessed on 20 December 2022).
11. *Natsionalnyi repozytarii akademichnykh tekstiv* [National repository of academic texts]. Available at: <https://nrat.ukrintei.ua>. (Accessed on 20 December 2022).
12. Scopus. Available at: <https://www.scopus.com>. (Accessed on 20 December 2022).

**Objective.** *The objective of the present research is an analysis of the state and features of the development of special economic zones in the world.*

**Methods.** *The following methods and techniques of cognition were used in the research process: theoretical generalization and comparison, analysis and synthesis, induction and deduction, grouping.*

**Results.** *It was established that in 1975–2018, the number of countries in the world in which special economic zones were created increased more than 5 times, and the number of special economic zones — more than 67 times. As of 2018, there were almost 5,400 special economic zones in 147 countries. It was established that the development of SEZs in the world has a wave-like character, three main waves of the development of SEZs in the world were identified: the first wave — the 90s of the XX century; the second wave — the first decade of the 21st century; the third wave — the second half of the second decade of the 21st century. It was established that the development of SEZs in the world is characterized by significant national and macro-regional asymmetries and disproportions. SEZs are developing most actively in developing countries. The countries of the specified group account for 88.6 % of the total number of SEZs created in the world, 95.1 % — SEZs in the world that are in the process of development, 99 % of SEZs that are planned to be created in the world. It was determined that in the group of developing countries, Asia is the macro-region where SEZs are most actively developing. Asia accounts for 75.2 % of the total number of SEZs created in the world or almost 85 % of SEZs created in developing countries; 78 % of the total number of SEZs under development in the world, or 82.3 % of SEZs under development in developing countries; almost 83 % of the total number of SEZs planned to be established in the world, or 83.5 % of the total number of SEZs planned to be established in developing countries. Asia as a macro-region is characterized by significant asymmetries*

in SEZ development. The most active development of SEZ is observed in the countries of East Asia. Thus, East Asian countries account for 65.4 % of the total number of SEZs operating in Asian countries or 49.1 % of the total number of SEZs operating in the world. The largest centers of SEZ development are China and India. The area of most SEZs operating in the world in 2018 varied between 100.1 and 500 hectares. Almost 2/3 of the SEZs operating in the world in 2018 can be identified as multi-sector SEZs or SEZs without specialization. It was determined that on a global scale SEZs prove their effectiveness, the activity of SEZs in different countries of the world, even in individual regions of the same country, is characterized by significant differences in the levels of efficiency. Successful development of SEZs takes place when governments apply a strategic approach to the formation of policy frameworks, SEZ development programs, take into account competitive advantages and opportunities of the space where SEZs are created, take into account the requirements of sustainable development, and implement a set of measures aimed at developing SEZ connections with all branches of the national economy, etc.

**Key words:** special economic zones, development, developed countries, developing countries, transitive economies, SEZ typification.

Надійшла до редакції 21.12.2022

DOI : 10.33274/2079-4762-2022-52-2-19-29

JEL : M11, G33

УДК 338.314 : 338.124.4

Іванова Н. С.,  
д-р екон. наук,  
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг,  
Україна,  
e-mail: ivanova@donnuet.edu.ua

Лижник Ю. Б.,  
старший викладач

e-mail: lyzhnyk\_ub@donnuet.edu.ua

#### ТЕОРЕТИКО-АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ КРИЗИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

UDC 338.314 : 338.124.4

Ivanova N. S.,  
Grand PhD in Economic sciences,  
Associate Professor

Mykhailo Tuhun-Baranovskyi Donetsk National University  
of Economics and Trade,  
Krivyi Rih, Ukraine,  
e-mail: ivanova@donnuet.edu.ua

Lyzhnyk Yu. B.,  
Senior Lecturer

e-mail: lyzhnyk\_ub@donnuet.edu.ua

#### THEORETICAL AND ANALYTICAL STUDY OF THE INFLUENCE OF THE CRISIS ON THE ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE

**Мета.** Метою даної статті є теоретико-аналітичне дослідження впливу кризи на діяльність підприємства для визначення ключових проблеми та сфер виникнення криз промислового підприємства.

**Методи.** Для досягнення визначеної мети застосовувалися метод синтезу, теоретико-аналітичний метод, метод аналізу, горизонтальний аналіз, вертикальний аналіз, метод статистичних порівнянь, метод узагальнення, методи індукції та дедукції, метод трендового аналізу, методи оцінки ймовірності банкрутства, метод таксономічного аналізу.

**Результати.** Теоретико-аналітичне дослідження особливостей сучасних криз дозволило з'ясувати, що кризи останніх років на мікрорівні викликані зовнішніми чинниками, окрім того,

© Н. С. Іванова, Ю. Б. Лижник, 2022

особливістю є і сфера їх виникнення — сфера здоров'я (пандемія COVID-19 і локдаун) та війна (військова агресія росії проти України). Було сформовано алгоритм проведення аналітичного дослідження впливу криз на діяльність ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», в результаті чого було оцінено ймовірність банкрутства, побудовано профілі інтегральних показників у докризовий період (2018 р.) та у час кризи (2020 р.). Для виявлення ознак кризи проведено співставлення індикаторів економічного середовища на трьох рівнях: макрорівень, мезорівень, мікрорівень. Результати аналітичного дослідження дозволили визначити ключові проблеми та сфери виникнення криз досліджуваного промислового підприємства: глобальний локдаун через пандемію COVID-19; російське вторгнення в Україну наприкінці лютого 2022 року; з початком війни головною проблемою підприємства стала логістика; високі тарифи на вантажні перевезення АТ «Укрзалізниця»; проблеми з вивезенням металургійної продукції на експорт (як руди, так і готової продукції); скорочення поставок металобрухту на українські металургійні підприємства; зниження світових цін на сталь та залізну руду, насамперед через послаблення ділової активності в більшості регіонів світу. Тому ключовими складовими антикризового плану для ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» мають бути вирішення проблем енергоефективності, ресурсозабезпечення та логістики.

**Ключові слова:** криза, кризове явище, антикризове управління, промислове підприємство, банкрутство.

**Постановка проблеми.** Ринкова економіка періодично зазнає економічних криз. Для економічного розвитку характерні періодичне виникнення, загострення та розв'язання соціально-економічних суперечностей.

Оцінювання та класифікація кризових явищ необхідні для проектування на довгостроковий період часу діяльності підприємства. Систематизація дає змогу виявити негативні аспекти і тенденції розвитку суб'єкта господарювання, а також виробити стратегію захисту від кризових явищ та майбутнього розвитку, дає змогу усунути наявні вади й підвищити ефективність діяльності.

Тому все більш важливим питанням сьогодні стає використання основних принципів антикризового управління, реалізація яких повинна здійснюватися, насамперед, через розуміння ступеню впливу кризових явищ на діяльність підприємства та прийняття ефективних управлінських рішень, заснованих на системному підході, аналізі зовнішніх і внутрішніх факторів, які прямо або опосередковано впливають на діяльність підприємства. У зв'язку з цим суттєво зростає роль теоретичних досліджень і практичних розробок врахування впливу кризових явищ на діяльність підприємства.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Вагомий внесок у дослідження й розроблення теоретичних аспектів та методичних підходів щодо дослідження причин впливу кризових ситуацій на напрями діяльності підприємств: М. Єрмошенко, К. Горячева, М. Бердар, І. Бланк, З. Варналій, Н. Ляшенко, Й. Петрович тощо.

Особливостям вивчення кризових явищ, їх причин та наслідків присвячено праці таких дослідників як Василенко, В. Крутько, І. Дацюк, П. Грін, Л. Бартон, О. Галушко, А. Ткаченко, О. Єлець, О. Чернявський, Н. Іванова, О. Неізнана тощо.

Сутність та різноманітність методів, організацію процесу діагностики криз та кризових явищ та станів досліджували такі науковці як: А. Альтман, Л. Лігоненко, Р. Ліс, О. Терещенко, Ю. Терлецька, Я. Фоміна, Л. Шабліста, З. Шершньова тощо.

О. Хринюк, О. Очеретяна досліджують взаємозв'язок між стійкістю до кризових явищ і впровадженням цілей сталого розвитку, в результаті чого створили нову гіпотезу про те, що «підприємства, які успішно імплементують у свою діяльність стандарти сталого розвитку, є більш стійкими до кризових явищ» [1].

В свою чергу, Н. Кондратенко, М. Азарченкова доводять, що «однією з проблем антикризового управління є нестача стратегічних антикризових програм, як на рівні держави, так і на рівні регіонів, галузей національного господарства. Всі недоліки існуючих антикризових стратегій, які були створені в Україні в останні роки, обумовлені відсутністю або недосконалістю розроблених стратегічних програм та непрофесіоналізмом менеджерів» [2].

В результаті своїх досліджень Г. Козаченко, Г. Надьон дійшли до висновку про атрибутивний характер кризи в діяльності підприємства, відповідно до якого криза як атрибут системи «підприємство» під впливом рушійних сил та окремих чинників починає акти-

візуватися, що ідентифікується за порушеннями у виконанні функцій підприємства [3]. Автори обґрунтовують доцільність виділення залежно від міри порушень у виконанні функцій підприємства виявів кризи в діяльності підприємства (кризові явища, кризова ситуація і кризовий стан), які мають велике значення для визначення завдань антикризового управління підприємством [3].

За твердженням О. С. Прокопишин [4] розкриває та обґрунтовує три послідовні цілі кризового менеджменту, ключові кроки процесу управління проблемами, що можуть призвести до виникнення критичних ситуацій.

**Метою статті** є теоретико-аналітичне дослідження впливу кризи на діяльність підприємства для визначення ключових проблеми та сфер виникнення криз промислового підприємства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Емерджентність сучасної світової економіки невідворотно призводить до наростання кризових тенденцій. Масштабність цих тенденцій може бути різною. Макрорівню властиві великі обсяги проблематики, які охоплюють соціально-економічну систему в цілому. Мікрокриза захоплює тільки окрему проблему чи групу проблем. Криза розглядається як одна із фаз циклу розвитку економіки, вона є неминучою, але виконує прогресивну функцію заміни нежиттєздатних елементів на більш ефективні. Саме тому, навіть при досягненні сталого розвитку, циклічно-кризовий розвиток не зникне [6, 7].

Криза — це крайнє загострення протиріч у соціально економічній системі, що загрожує її життєстійкості в навколишньому середовищі. Економічні кризи відбивають гострі протиріччя в економіці країни чи стані окремого економічного суб'єкта. Це кризи виробництва і реалізації товару, взаємин економічних агентів, кризи неплатежів, втрати конкурентних переваг, банкрутства тощо [2].

О. Григор'єва, А. Міщенко зауважують, що на мікроекономічному рівні кризу не можна уподібнювати з будь-яким окремо взятим етапом життєвого циклу. Також хибним є уявлення, що кризові явища характерні лише для стадії «старість». Кризові ситуації виникають на всіх стадіях життєвого циклу підприємства. Кожна наступна фаза стає можливою тільки в результаті подолання кризових явищ на діючому етапі [5].

Кризи останніх років на мікрорівні викликані зовнішніми чинниками, окрім того, особливістю є і сфера їх виникнення — сфера здоров'я (пандемія COVID-19 і локдаун) та війна (військова агресія росії проти України).

Існує ряд методів, які дозволяють виявити ознаки криз та визначити їх вплив на діяльність підприємства. Одним із них є діагностика — це процес дослідження стану об'єкта, встановлення відхилень від нормального перебігу процесів за допомогою існуючого методологічного інструментарію з метою виявлення проблем, вузьких місць, як нині існуючих, так й таких, що виникатимуть в майбутньому, а також їх усунення та визначення шляхів подолання їх у перспективі засобом прийняття ефективних управлінських рішень.

Існують різні розуміння сутності діагностики кризи: як основа для проведення системного аналізу з метою виявлення проблемних зон функціонування суб'єкта господарювання та формування висновку про можливість ймовірного настання банкрутства; зведення її до діагностики банкрутства; як певну характеристику діяльності підприємства у встановленому періоді, що відображає ступінь його забезпеченості різними видами ресурсів, своєчасність здійснення розрахунків та ефективне господарювання в майбутньому [16].

Набір показників, що застосовуються у діагностиці кризового стану підприємства, також є достатньо різноманітним і дискусійним, адже досить важко зробити однозначний висновок про стан підприємства на основі системи фінансових показників, оскільки при досить великій кількості коефіцієнтів певна їх частина може відповідати нормативним значенням, а інша — матиме значення нижче нормативних.

Достатньо поширеними є інтегральні моделі авторства зарубіжних учених: Z — рахунок Альтмана, показник платоспроможності Конана і Гольдера, модель Спрінгейта, тест на ймовірність банкрутства Лису, 4-факторна модель Таффлера, модель Фулмера, тест на банкрутство Тамарі, модель Чессера та ін., а також вітчизняних науковців, таких як О. Терещенко, А. Матвійчук, Е. Колесарь, С. Матвеева [9].

Для формування інтегрального показника фінансового стану нами запропоновано метод таксономії, головною метою якого є побудова узагальнювальної оцінки складного об'єкта

або процесу. Таксономічний показник розраховується за класичним алгоритмом таксономічного аналізу [9].

Окрім того, для виявлення ознак кризи вважаємо за необхідне співставлення індикаторів економічного середовища на трьох рівнях: 1. Макрорівень — національна еконо-

міка в цілому. 2. Мезорівень — стан окремої сфери господарювання або окремих регіон. 3. Мікрорівень — стан окремого підприємства [4].

Результати теоретичного дослідження проблеми вивчення впливу криз дозволили сформулювати алгоритм проведення аналітич-



Рис. 1. Алгоритм дослідження кризи та її впливу на діяльність промислового підприємства (складено авторами)

ного дослідження впливу криз на діяльність ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», рис. 1.

Перш ніж приступити до дослідження впливу кризових явищ на діяльність підприємства доцільно на першому етапі розглянути сучасні кризи та кризові явища за період 2018–2022 рр.

Після року економічного спаду в цілому світі, який супроводжувався стагнацією економіки та споживчої активності, локдауном внаслідок COVID-19, та іншими запобіжними заходами, які запроваджувалися на початку 2020 року, світова економіка увійшла у кризу [11]. За 7 місяців всі розвинені економіки світу увійшли до стану рецесії [12].

За твердженням Міжнародного валютного фонду (МВФ) ситуація у світовій економіці продовжує погіршуватись [13]. Проблема дослідження можливостей виживання суб'єктів господарювання різних форм власності в

умовах активної фази Глобальної фінансової кризи 2020 року (криза виникла в лютому й березні 2020 року під час спаду світового фондового ринку, поштовхом до якого став коронавірус SARS CoV2, що вразив Китай, а відтак і решту світу), криза через військову агресію росії проти України, на сьогодні — одні з найбільш актуальних.

Через військову агресію росії проти України втрачено близько третини потенціалу української металургії. Результатом цього стало падіння на дві третини виробництва основної металургійної продукції у січні — жовтні 2022 р. проти відповідного періоду 2021 р. Виробництво чавуну скоротилося на 67,2 %, сталі — на 67,4 %, прокату — на 68,6 %

Кризова ситуація в металургійній галузі України спричинена знищенням частини промислових потужностей (металургійних комбінатів у м. Маріуполі — ПрАТ «Мета-

лургійний комбінат «Азовсталь» і ПрАТ «Маріупольській металургійний комбінат ім. Ілліча», які виробляли понад 40 % металу в Україні), а також постійною загрозою обстрілів металургійних підприємств (більшість з них розташована в зонах, наближених до бойових дій) [14].

У результаті частина підприємств працює на мінімальних потужностях: середнє завантаження потужностей на металургійних підприємствах становить близько 15 % від довоєнного рівня, гірничодобувних — 25 %. Видобуток руди зупинений на Інгулецькому та Південному гірничо-збагачувальних комбінатах (ГЗК), з серпня 2022 року не працював ГЗК ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» [14].

Аналітичне дослідження впливу криз на діяльність підприємств було проведено за даними ArcelorMittal та ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг». ArcelorMittal є однією з провідних світових інтегрованих металургійних і гірничодобувних компаній. ArcelorMittal є найбільшим виробником сталі в Європі та одним з найбільших в Америці, другим за величиною в Африці і має меншу, але зростаючу присутність в Азії. Річний дохід ArcelorMittal за 2021 рік склав 76,571 млрд доларів США, що на 43,74 % більше, ніж у 2020 році.

Річний чистий прибуток ArcelorMittal за 2021 рік склав 14,956 млрд доларів США, що на 2140,38 % більше, ніж у 2020 році (рис. 2).

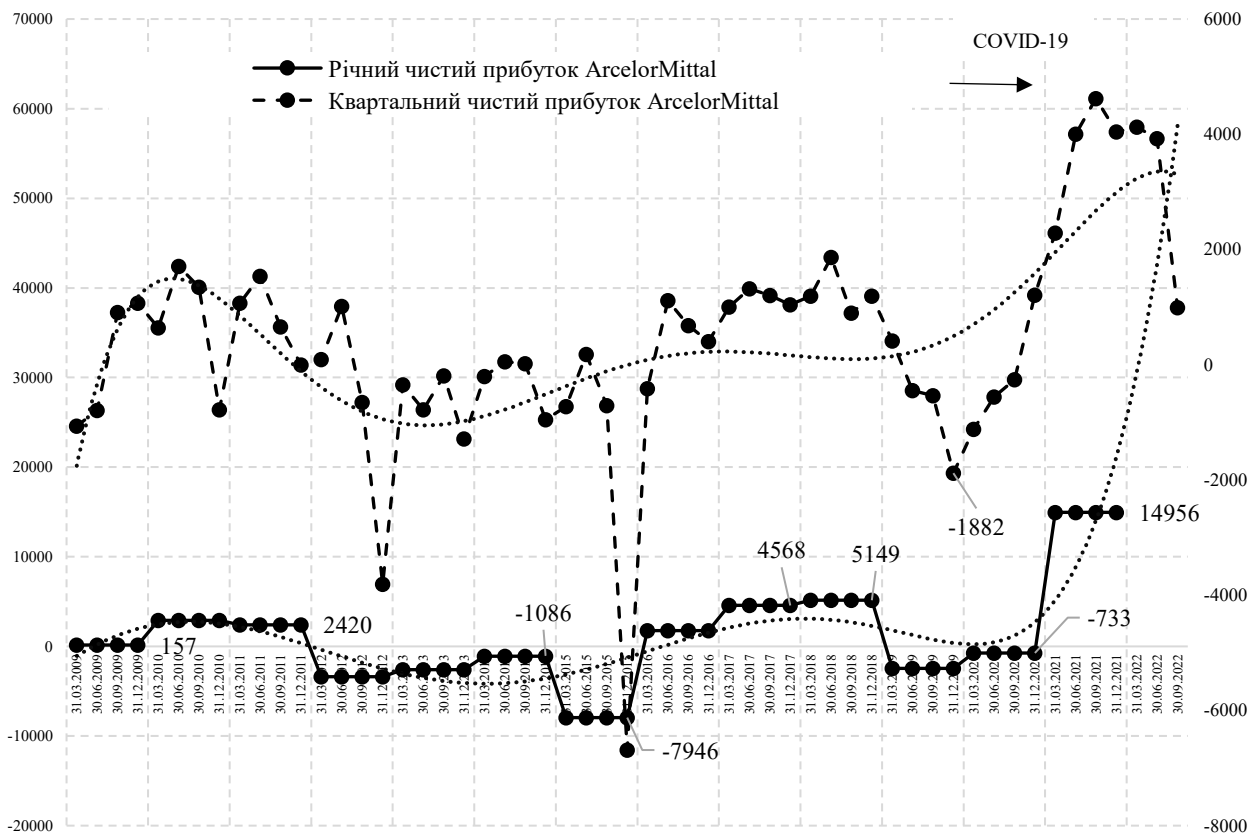


Рис. 2. Коливання динаміки чистого прибутку ArcelorMittal (млн доларів США), 2019–2021 pp. (побудовано авторами за даними [15])

Річний чистий прибуток ArcelorMittal за 2020 рік склав –0,733 млрд доларів США доларів США, що на 70,13 % менше, ніж у 2019 році; за 2019 рік чистий прибуток склав –2,454 млрд доларів США доларів США, що на 147,66 % менше, ніж у 2018 році.

ArcelorMittal має значні операції в Україні, що складається з сталеливарного заводу (ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг»), який у 2021 році виробив 4,9 млн тонн сталі, та шахт,

які видобули 11,7 млн тонн залізної руди у 2021 році; відповідне майно, завод та обладнання мали балансову вартість \$2,3 млрд на балансі ArcelorMittal станом на 31 грудня 2021 року.

У 2021 році українська діяльність компанії зафіксувала 4,6 млн відвантажень сталі, що призвело до 4,1 млрд доларів продажів, включаючи \$0,9 млрд продажів клієнтам, розташованим в Україні.

Діяльність компанії постраждала від вторгнення росії в Україну наприкінці лютого 2022 року, внаслідок чого компанія скоротила виробництво сталі до мінімальних рівнів (приблизно третина від нормального рівня виробу) та припинила гірничі роботи на своїх підземних шахтах.

За даними фінансової звітності ArcelorMittal за період 2018–2021 рр. [15–18] проведено дослідження результатів діяльності ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» [19] та зроблено спробу виявити вплив кризи COVID-19.

Необхідно зазначити, що деякі показники відреагували на кризу пандемії COVID-19 вже у 2019 році, але всі наслідки здебільшого відображені у показниках 2020 року. За результатами 2021 року ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» зміг адаптуватися та покращити свої результати. Після введення локдаунів в результаті пандемії COVID-19 за результатами 2020

року майно підприємства ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» зменшилося до рівня 3,921 млн доларів США, що на 23 % менше докризового періоду (2019 р.).

Чисті активи досліджуваного підприємства на кінець 2020 року склали 2,948 млн доларів США, що менше 2019 року на 16 %. Чистий прибуток та загальний сукупний дохід ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» відреагували на пандемію у 2019 році від'ємними значеннями — збитком, відповідно — 100 млн доларів США, — 141 млн доларів США.

В межах даного дослідження оцінка ймовірності банкрутства ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» проведена за такими методами: Модель Альтмана, Модель Ліса, Модель Таффлера, Модель Терещенка, Метод credit-men., табл. 1.

За результатами розрахунків визначено, що у 2018 року за всіма представленими методиками ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг»

Таблиця 1

**Ймовірність банкрутства ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», 2018–2020 рр. (розраховано за даними [19])**

Модель	2018	2019	2020
Модель Альтмана	Дуже низька	Існує можливість	Дуже низька
Модель Ліса	Низька	Висока	Низька
Модель Таффлера	Можливе	Досить висока	Можливе
Модель Терещенка	Не загрожує	Існує загроза	Існує загроза
Метод <b>credit-men</b>	Позитивний фінансовий стан	Викликає занепокоєння	Позитивний фінансовий стан

має позитивний фінансовий стан і низьку ймовірність банкрутства. Ситуація значно погіршилася у 2019 році — за всіма методиками фінансовий стан досліджуваного підприємства викликає занепокоєння, тому існує досить висока ймовірність виникнення банкрутства.

У 2020 році відносно 2019 року фінансовий стан підприємства покращується, але досі існує загроза виникнення банкрутства, причинами такої ситуації на підприємстві стали: продовження пандемії COVID-19, через що суттєво постраждала економіка країни, але не дивлячись на пандемію підприємство ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» здійснює свою діяльність у секторах, що зазнали найменшого впливу COVID-19, тому наслідки пандемії для підприємства вже стали не такими значними, що і дозволило підприємству покращити фінансовий стан [20].

За допомогою методу таксономічного методу розраховано інтегральний показник

фінансового стану ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» за період 2018–2021 рр. В результаті застосування методу розраховано інтегральні показники за кожною групою: інтегральний показник майно і капітал (Імк), інтегральний показник результатів (Ір), інтегральний показник грошових потоків (Ігп); та комплексний показник фінансового стану досліджуваного підприємства (Кі), рис. 3.

Дані проведених розрахунків свідчать, що мінімальні значення інтегральних показників та комплексного показника діяльності ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» зафіксовано в 2020 році. При цьому інтегральний показник майна і капіталу досліджуваного підприємства на кінець 2020 року зменшився відносно 2019 року на 85 %; інтегральний показник результатів — на 7 %, інтегральний показник грошових потоків — на 59 %; комплексний показник фінансового стану досліджуваного підприємства — на 62 %. На кінець 2021 року підприємству вдалося вийти на показники



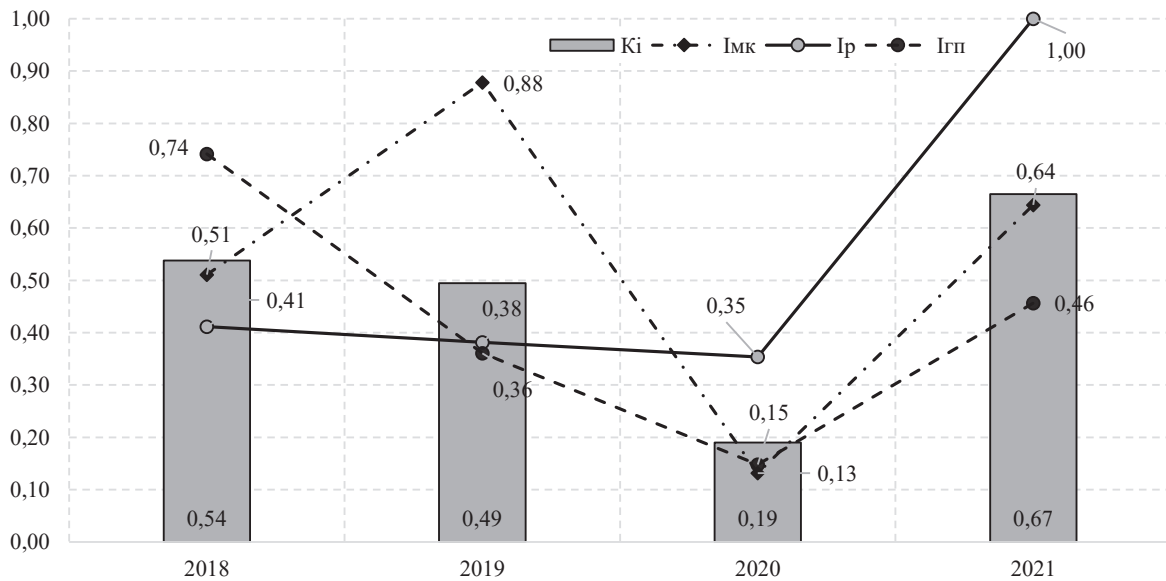


Рис. 3. Динаміка інтегральних показників результатів діяльності ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», 2018–2021 рр. (розраховано та побудовано авторами за даними [15–19])

2018 року і навіть покращити їх, окрім інтегрального показника грошових потоків. Для візуалізації впливу кризи пандемії COVID-19 побудовано профілі ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» за 2018 р. та 2020 р., рис. 4.

Для виявлення ознак кризи проведемо співставлення індикаторів економічного середовища на трьох рівнях: макрорівень, мезорівень, мікрорівень. Таке співставлення було проведено на прикладі економічного серед-

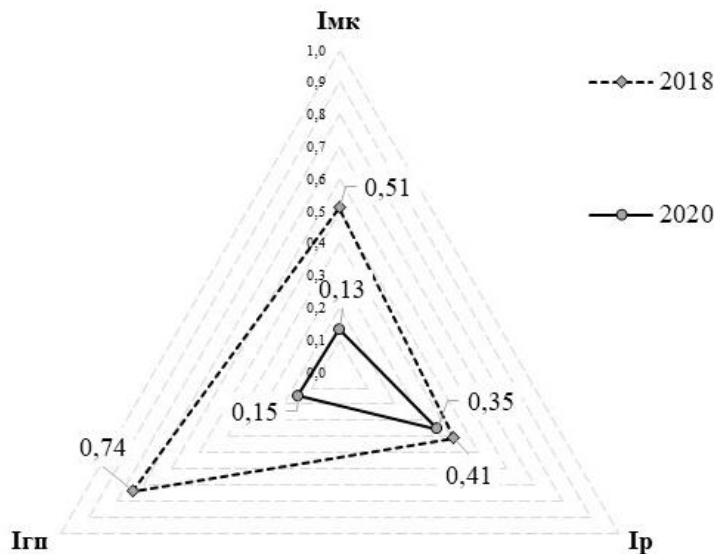


Рис. 4. Профілі ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» за 2018 р. — докризовий період та 2020 р. криза (розраховано та побудовано авторами за даними [15–19])

овища України, гірничо-металургійного комплексу та підприємства ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» за 2018–2020 роки на предмет виявлення взаємозв'язку кризових явищ. Про це свідчать і побудовані профілі за роками, рис. 5.

Результати проведеного аналізу доводять гіпотезу про негативний вплив зовнішніх чинників на профілі на всіх рівнях: на рівні країни, галузі та досліджуваного підприємства.

2021 рік для ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» був найкращим з 2008 року. Але через кри-

зу, викликану військовою агресією росії проти України в лютому 2022 р. ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» перебуває в надзвичайно складному стані, який, імовірно, триватиме ще тривалий час. Наразі меткомбінат експлуатує лише одну доменну піч, виробляючи 100 тис. т продукції на місяць та працюючи на 20–25 % потужностей [21].

**Висновки.** Результати аналітичного дослідження дозволили визначити ключові проблеми та сфери виникнення криз: гло-

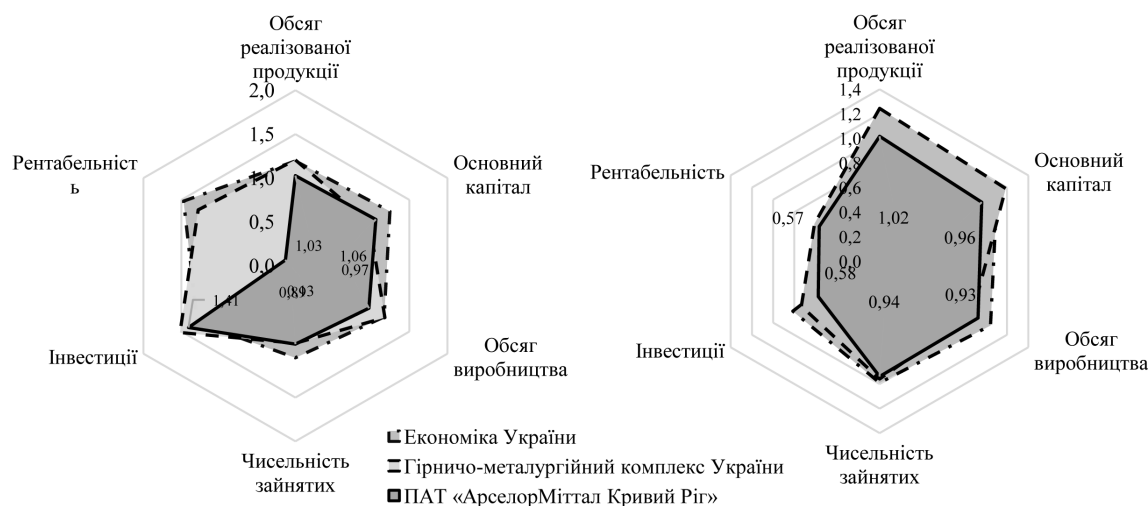


Рис. 5. Профілі економічного середовища України, галузі та ПАТ «АМКР» на предмет виявлення взаємозв'язку кризових явищ (частка відносно попереднього періоду): а) 2018 р.; б) 2020 р. (розраховано та побудовано авторами за даними [15–19])

бальний локдаун через пандемію COVID-19; російське вторгнення в Україну наприкінці лютого 2022 року; з початком війни головною проблемою підприємства стала логістика; високі тарифи на вантажні перевезення АТ «Укрзалізниця»; проблеми з вивезенням металургійної продукції на експорт (як руди, так і готової продукції); скорочення постачання металобрухту на українські металургійні підприємства; зниження світових цін на сталь та залізну руду, насамперед через послаблення ділової активності в більшості регіонів світу.

Отже, ключовими складовими антикризового плану для ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» мають бути вирішення проблем енергоефективності, ресурсозабезпечення та логістики.

### Список літератури

1. Хринюк, О., Очеретяна, О. Фактори виникнення кризових явищ та забезпечення сталого розвитку підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. № 26. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-47>. (дата звернення: 11.11.2022).
2. Кондратенко Н. О., Азарченкова М. К. Дослідження кризових явищ та проблеми антикризового управління в Україні. *Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки*. 2013. №3 (80). С. 122–129.
3. Козаченко Г. В., Надьон Г. О. Природа кризи в діяльності підприємства. *Проблеми економіки*. 2017. № 3. С. 175–181. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon\\_2017\\_3\\_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2017_3_24). (дата звернення: 11.11.2022).

4. Прокопишин О. С. Система антикризового управління як підґрунтя попередження кризових явищ на підприємствах. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 9. С. 40-45.

5. Григор'єва О. В., Міщенко А. Ю. Кризові явища в економіці та їх прояви на підприємстві. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. Вип. 13(1). С. 76–79. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg\\_2017\\_13%281%29\\_\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2017_13%281%29__18). (дата звернення: 11.11.2022).

6. Niezviestna, Olena and Ivanova, Natalia and Koverza, Viktorija and Kotkovskiy, Volodymyr and Tryhubchenko, Yevhenii, Quantitative crisis analysis: identifying and defining imbalances (November 5, 2021). *Econometric modeling of managerial decisions at the macro and micro levels*. Kharkiv: PC TECHNOLOGY CENTER, 22–43. doi: <http://doi.org/10.15587/978-617-7319-37-4.ch2>. (дата звернення: 11.11.2022).

7. Chernega, O., Yakovenko, U., Cherpurnova, A., Makieieva, O., Niezviestna, O., Ivanova, N. et. al.; Ivanova, N., Kozhukhova, T. (Eds.) (2021). *Econometric modeling of managerial decisions at the macro and micro levels*. Kharkiv: PC TECHNOLOGY CENTER, 200. doi: <http://doi.org/10.15587/978-617-7319-37-4>. (дата звернення: 11.11.2022).

8. Останкова Л. А., Шевченко Н. Ю. Аналіз, моделювання та управління економічними ризиками : навч. посіб. Київ : Центр учебної літератури, 2011. 256 с.

9. Кривов'язюк І. В. Антикризове управління підприємством : навчальний посібник.

3-тє видання, доповн. і переробл. Київ : Видавничий дїм “Кондор”, 2020. 396 с.

10. Ivanova, N., Kozhukhova, T., Varabanova, V., Yankovsky, V.; Ivanova, N., Kozhukhova, T. (Eds.) (2021). Econometric approach to justification of managerial decisions. Econometric modeling of managerial decisions at the macro and micro levels. Kharkiv: PC TECHNOLOGY CENTER, 56–82. Doi: <http://doi.org/10.15587/978-617-7319-37-4.ch4> (дата звернення: 11.11.2022).

11. The return of Keynesianism? Exploring path dependency and ideational change in post-covid fiscal policy. *Policy & Society*. Volume 41, Issue 1, January 2022, Pages 68–82. URL: <https://academic.oup.com/policyandsociety/advance-article/doi/10.1093/polsoc/puab013/6513363> (дата звернення: 11.11.2022).

12. World Economic Outlook, April 2020: The Great Lockdown. IMF. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/04/14/World-Economic-Outlook-April-2020-The-Great-Lockdown-49306> (дата звернення: 11.11.2022).

13. International Monetary Fund. 2022. World Economic Outlook: Countering the Cost-of-Living Crisis. Washington, DC. October. 186 p.

14. Криза української металургії: основні чинники. *Національний інститут стратегічних досліджень*. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/kryza-ukrayinskoj-metalurhii-osnovni-chynnyky> (дата звернення: 11.11.2022).

15. ArcelorMittal Financial Statements 2009–2022. Macrotrends. URL: <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/MT/arcelormittal/financial-statements> (дата звернення: 11.11.2022).

16. Annual Reports 2021. ArcelorMittal. URL: <https://www.annreports.com/arcelormittal/arcelor-mittal-ar-2021.pdf> (дата звернення: 11.11.2022).

17. Annual Reports 2020. ArcelorMittal. URL: <https://corporate-media.arcelormittal.com/media/avkp1xck/annual-report-2020.pdf> (дата звернення: 11.11.2022).

18. Annual Reports 2019. ArcelorMittal. URL: <https://corporate-media.arcelormittal.com/media/prse0kuz/annual-report-2019-1.pdf> (дата звернення: 11.11.2022).

19. Звітність підприємства ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг». URL : <https://smida.gov.ua/db/prof/24432974> (дата звернення: 11.11.2022).

20. Іванова Н., Рикун С. Оцінка ймовірності банкрутства в системі антикризового менеджменту підприємства. *Економіка і суспільство*. 2021. № 34. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1049/1006>.

21. «АрселорМіттал» перебуває у складній ситуації — Мауро Лонгобардо. URL: <https://gmk.center/ua/news/arselormittal-perebuvaie-u-skladnij-situacii-seo-kombinatu>.

## References

1. Khryniuk, O., & Ocheretiana, O. (2021). *Faktory vynykennia kryzovykh yavysch ta zabezpechennia staloho rozvytku pidpryemstva* [Factors of crisis and provision of sustainable development of the enterprise]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and Society], no 26. Available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-47>. (Accessed 11 November 2022).

2. Kondratenko N., Azarchenkova M. (2013). *Doslidzhennia kryzovykh yavysch ta problemy antykryzovoho upravlinnia v Ukraini* [Study of crisis phenomena and anti-crisis management issues in Ukraine]. *Zbirnyk naukovykh prats VNAU. Serii: Ekonomichni nauky* [Collection of Scientific Papers of Vinnytsia National Agrarian University.], no. 3 (80), pp. 122–129.

3. Kozachenko A. V., Naden G. O. (2017). *Pryroda kryzy v diialnosti pidpryemstva* [The Nature of Crisis in Enterprise Activities]. *Problemy ekonomiky* [Problems of economy], no. 3, pp. 175–181.

4. Prokopysyn O. (2021). *Systema antykryzovoho upravlinnia yak pidgruntia poperedzhennia kryzovykh yavysch na pidpryemstvakh* [System of crisis management as a base for prevention of crisis phenomena at enterprises]. *Investytsii: praktyka ta dosvid* [Investment: Practice and Experience], no. 9, pp. 40–45.

5. Hryhorieva O., Mishchenko A. (2017). *Kryzovi yavyscha v ekonomitsi ta yikh proiavy na pidpryemstvi* [Economic crisis and their manifestation at the enterprise]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii : Mižnarodni ekonomichni відносини та світове господарство*. [Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University], no. 13(1), pp. 76–79.

6. Niezviestna, Olena and Ivanova, Natalia and Koverza, Viktorija and Kotkovskiy, Volodymyr and Tryhubchenko, Yevhenii, Quantitative crisis analysis: identifying and defining imbalance-

es (November 5, 2021). Econometric modeling of managerial decisions at the macro and micro levels. Kharkiv: PC TECHNOLOGY CENTER, 22–43. DOI: <http://doi.org/10.15587/978-617-7319-37-4.ch2>. (Accessed 11 November 2022).

7. Chernega, O., Yakovenko, Uy., Chepurnova, A., Makieieva, O., Nieizviestna, O., Ivanova, N. et. al.; Ivanova, N., Kozhukhova, T. (Eds.) (2021). Econometric modeling of managerial decisions at the macro and micro levels. Kharkiv: PC TECHNOLOGY CENTER, 200. DOI: <http://doi.org/10.15587/978-617-7319-37-4>. (Accessed 11 November 2022).

8. Ostankova L. A., Shevchenko N. Iu (2011). *Analiz, modeliuвання ta upravlinnia ekonomichnymy ryzykamy* [Analysis, modeling and management of economic risks]. Kyiv, Center of educational literature, 256 p.

9. Kryvoviazziuk I. (2020), *Antykryzove upravlinnia pidpriemstvom*. [Anti-crisis management of the enterprise: a study guide. 3rd edition, supplement. and processing]. Kyiv, Condor Publishing House, 396 p.

10. Ivanova, N., Kozhukhova, T., Barabanova, V., Yankovsky, V.; Ivanova, N., Kozhukhova, T. (Eds.) (2021). Econometric approach to justification of managerial decisions. Econometric modeling of managerial decisions at the macro and micro levels. Kharkiv: PC TECHNOLOGY CENTER, 56–82. DOI: <http://doi.org/10.15587/978-617-7319-37-4.ch4>.

11. Chohan U. (2022). The return of Keynesianism? Exploring path dependency and ideational change in post-covid fiscal policy. *Policy & Society*. Volume 41, Issue 1, pp. 68–82. Available at: <https://academic.oup.com/policyandsociety/advance-article/doi/10.1093/polsoc/puab013/6513363>. (Accessed 11 November 2022).

12. World Economic Outlook, April 2020: The Great Lockdown. IMF. Available at: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/04/14/World-Economic-Outlook-April-2020-The-Great-Lockdown-49306>. (Accessed 11 November 2022).

13. International Monetary Fund. 2022. World Economic Outlook: Countering the Cost-of-Living Crisis. Washington, DC. October. 186 p.

14. National Institute of Strategic Studies (2022). The crisis of Ukrainian metallurgy: the main factors. Available at: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/kryza-ukrayinskoyi-metallurhiyi-osnovni-chynnyky>. (Accessed 11 November 2022).

15. ArcelorMittal Financial Statements 2009–2022. (2022). Macrotrends. Available at: <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/MT/arcelormittal/financial-statements>. (Accessed 11 November 2022).

16. ArcelorMittal (2022). Annual Reports 2021. Available at: <https://www.annreports.com/arcelor-mittal/arcelor-mittal-ar-2021.pdf>. (Accessed 11 November 2022).

17. ArcelorMittal (2021). Annual Reports 2020. Available at: <https://corporate-media.arcelormittal.com/media/avkp1xck/annual-report-2020.pdf>. (Accessed 11 November 2022).

18. ArcelorMittal (2020). Annual Reports 2019. Available at: <https://corporate-media.arcelormittal.com/media/prse0kuz/annual-report-2019-1.pdf>. (Accessed 11 November 2022).

19. Annual Reports (2021). PJSC ArcelorMittal Kryvyi Rih. Available at: <https://smida.gov.ua/db/prof/24432974>. (Accessed 11 November 2022).

20. Ivanova N., Rykun S. (2021). *Otsinka ymovirnosti bankrutstva v systemi antykryzovoho menezhmentu pidpriemstva* [Assessment of the possibility of bankruptcy in the system of anti-crisis management of the enterprise]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and Society], no. 34. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1049/1006>.

21. GMK Center (2022). ArcelorMittal is in a tense situation. Available at: <https://gmk.center.ua/news/arselormittal-perebuvaie-u-skladnij-situacii-seo-kombinatu>. (Accessed 11 November 2022).

**Objective.** *The objective of the present article is a theoretical-analytical study of the impact of the crisis on the company's activities in order to determine the key problems and areas of industrial enterprise crises.*

**Methods.** *To achieve the objective, the synthesis method, the theoretical and analytical method, the analysis method, the horizontal analysis, the vertical analysis, the statistical verification method, the generalization method, the induction and deduction methods, the trend analysis, the methodical assessment of the probability of bankruptcy, and the taxonomic method were used.*

**Results.** *A theoretical and analytical study of the features of modern crises made it possible to find out that the crises of recent years at the micro level are caused by external factors, in addition, the sphere of their occurrence is the sphere of health (the COVID-19 pandemic and lockdown) and war (military aggression*

of Russia against Ukraine). An algorithm for conducting an analytical study of the impact of crises on the activities of PJSC «ArcelorMittal Kryvyi Rih» was formed, as a result of which the probability of bankruptcy was estimated, profiles of integral indicators were built in the pre-crisis period (2018) and during the crisis (2020). To identify the signs of the crisis, we will compare the indicators of the economic environment at three levels: macro level, meso level, and micro level. The results of the analytical study made it possible to determine the key problems and areas of crises of the studied industrial enterprise: global lockdown due to the COVID-19 pandemic; the Russian invasion of Ukraine at the end of February 2022; with the beginning of the war, logistics became the main problem of the enterprise; high tariffs for freight transportation of JSC «Ukrzaliznytsia»; problems with the export of metallurgical products (both ore and finished products); reducing the supply of scrap metal to Ukrainian metallurgical enterprises; decrease in world prices for steel and iron ore, primarily due to the weakening of business activity in most regions of the world. Therefore, the key components of the anti-crisis plan for ArcelorMittal Kryvyi Rih PJSC should be solving the problems of energy efficiency, resource provision and logistics.

**Key words:** crisis, crisis phenomenon, anti-crisis management, industrial enterprise, bankruptcy.

Надійшла до редакції 14.12.2022

DOI : 10.33274/2079-4762-2022-52-2-29-35

JEL : O31

УДК 005.336.1:658.589

**Лохман Н. В.,**  
д-р екон. наук,  
доцент

Донецький національний університет економіки  
і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського,  
м. Кривий Ріг, Україна, e-mail: lokhman@donnuet.edu.ua

**Берідзе Т. М.,**  
д-р екон. наук,  
доцент

Криворізький національний університет,  
вул. Віталія Матусевича, 11, м. Кривий Ріг, Україна  
e-mail: beridzet2016@gmail.com

### ЕТИОЛОГІЯ ЕФЕКТІВ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

UDC 005.336.1:658.589

**Lokhman N. V.,**  
**Grand PhD in Economic Sciences,**  
**Associate Professor**

Mykhailo Tuhun-Baranovskyi Donetsk National University  
of Economics and Trade,  
Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: lokhman@donnuet.edu.ua

**Beridze T. M.,**  
**Grand PhD in Economic Sciences,**  
**Associate Professor**

Kryvyiy Rih National University,  
Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: beridzet2016@gmail.com

### ETIOLOGY OF THE EFFECTS OF USING THE INNOVATIVE POTENTIAL OF TOURIST ENTERPRISES

**Мета.** На основі сегрегації ефектів використання інноваційного потенціалу туристичних підприємств визначити етіологію окремих видів ефектів за допомогою побудови ієрархічного дерева евклідових відстаней.

**Методи.** У процесі дослідження використано: методи теоретичного узагальнення (для сегрегації ефектів використання інноваційного потенціалу туристичних підприємств), метод експертних оцінок (для виявлення наявності або відсутності окремих видів ефекту використання інноваційного потенціалу на досліджуваних підприємствах), аналізу і синтезу (для сегрегації ефектів використання інноваційного потенціалу туристичних підприємств за визначений тер-

мін), графічний (для визначення зв'язків різних видів ефектів на туристичних підприємствах окремих кластерів).

**Результати.** Питання сегрегації ефектів використання інноваційного потенціалу туристичних підприємств є актуальними і вимагають кількісного виміру. Тому на підставі проведеного теоретичного дослідження думок низки авторів, запропоновано такі види ефектів використання інноваційного потенціалу залежно від природи їх виникнення: економічні, інвестиційні, бюджетні, ресурсні, екологічні, соціальні, туристичні, ринкові, комерційні, репутаційні, технічні, інтелектуальні, правові. Здійснено сегрегацію ефектів використання інноваційного потенціалу туристичних підприємств окремих кластерів (експлєренти, віоленти, патієнти, комутанти) за 2013–2019 рр. Для визначення зв'язків різних видів ефектів на туристичних підприємствах окремих кластерів було побудовано ієрархічне дерево евклідових відстаней для показників ефектів. Отримана таксономія дозволила згрупувати ефекти, що є гомогенними у відношенні до використання інноваційного потенціалу на підприємствах окремих кластерів. Найтіснішими зв'язками на досліджувальних туристичних підприємствах є види ефектів: економічний, ресурсний, туристичний. Вважаємо залежність цих ефектів один від одного є етіологічною, тобто ці ефекти виступають поштовхом для виникнення і збільшення інших ефектів.

**Ключові слова:** інноваційний потенціал, туристичне підприємство, ефект, сегрегація ефектів, зв'язок ефектів.

**Постановка проблеми.** Сьогодні інноваційний потенціал це певна характеристика здатності економічної системи до зміни, поліпшення, прогресу на основі трансформації наявних ресурсів в новий якісний стан інноваційний потенціал, він характеризує наявність і збалансованість ресурсів, рівень розвитку яких достатній для здійснення ефективної інноваційної діяльності; інноваційний потенціал включає організаційний і інституційний механізми, що забезпечують інноваційну діяльність; інноваційний потенціал містить невикористані, передбачувані (приховані) можливості ресурсів, які можуть бути приведені в дію для реалізації інноваційної стратегії [2].

Застосовуючи головні ознаки інноваційного потенціалу можна відмітити, що інноваційний потенціал туристичного підприємства є дотичним до визначень інноваційного потенціалу взагалі.

Отже, інноваційний потенціал туристичного підприємства — потенціал, який спрямований на формування нового туристичного продукту, надання унікальної туристичної послуги, застосування нових маркетингових підходів, використовуючи нові техніки та ІТ-технології, що підвищують конкурентоспроможність туристичного продукту [3, с. 66]

Складність та тривалість формування та використання інноваційного потенціалу туристичних підприємств на фоні впливу дестабілізуючих факторів вітчизняної економіки стають причиною значних труднощів щодо

вибору та впровадження оптимальних інновацій. Це зумовлює необхідність комплексної, виваженої, гнучкої, оперативної та системної оцінки ефективності використання інноваційного потенціалу як основи прийняття управлінських рішень [7, с. 220].

Обов'язковою умовою оцінки ефективності інноваційного потенціалу є визначення ефекту (результату) від цієї діяльності.

**Аналіз останніх досліджень.** Останнім часом опубліковано достатня кількість наукових праць [1, 4–8], в яких досліджують різні види ефекту та ефективності використання інноваційного потенціалу. Ці автори відображають добірку різних видів ефектів отриманих в результаті використання інноваційного потенціалу, в тому числі і туристичним підприємством.

Різноманітність показників ефекту носить дискусійний характер, але інклюзивний характер ефекту від інноваційної діяльності не викликає сумніву. Питання сегрегації ефектів використання інноваційного потенціалу на туристичних підприємствах є актуальними і вимагають кількісного виміру.

**Мета статті.** На основі сегрегації ефектів використання інноваційного потенціалу туристичних підприємств визначити етіологію окремих видів ефектів за допомогою побудови ієрархічного дерева евклідових відстаней.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Узагальнення теоретичних досліджень свідчить, про те що ефект використання ін-

новаційного потенціалу є багатоаспектним [1 – 8]. Складові ефекту є різноякісними, але взаємопов'язаними. Визначення і облік усіх виниклих ефектів і наслідків є необхідною умовою застосування інноваційного потенціалу [4]. Критеріїв класифікації ефектів інноваційного потенціалу існує багато. Ми пропонуємо види ефектів використання інноваційного потенціалу залежно від природи їх виникнення: економічні, інвестиційні, бюджетні, ресурсні, екологічні, соціальні, туристичні, ринкові, комерційні, репутаційні, технічні, інтелектуальні, правові.

Визначення ефектів використання інноваційного потенціалу туристичних підприємств було здійснено за окремими роками (з 2013 р. до 2019 р.) шляхом виявлення наявності (1) або відсутності (0) окремих його видів на досліджуваних підприємствах. Результати опитування експертів з цього питання акумульовані як сегрегація ефектів, що представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Сегрегація ефектів використання інноваційного потенціалу туристичних підприємств за 2013–2019 рр. (складено автором)

Кластер	Туристичне підприємство	Ефекти використання інноваційного потенціалу													
		Економічний	Інвестиційний	Бюджетний	Ресурсний	Екологічний	Соціальний	Туристичний	Ринковий	Комерційний	Репутаційний	Технічний	Інтелектуальний	Правовий	Середньорічний показник
Експлеренти	ТО «Аккорд-тур»	6	5	3	5	4	7	5	5	5	6	5	4	3	9
	ТО «Джоін Ап»	5	6	5	3	5	6	5	6	6	7	5	3	4	9,429
	ТА «Щасливий квиток»	5	5	5	5	6	6	5	6	5	3	4	4	3	8,857
	Середнє значення по кластеру експлеренти	5,33	5,33	4,33	4,33	5,00	6,33	5,00	5,67	5,33	5,33	4,67	3,67	3,33	9,094
Віоленти	ТО «Тревел профешнл груп»	5	6	5	3	3	6	4	6	4	5	5	5	4	8,714
	ТО «Тез тур»	4	3	3	6	3	6	6	5	5	6	4	5	4	8,571
	ТО «Гамалія»	6	4	4	6	4	4	5	6	4	5	5	4	4	8,714
	ТО «Албіз-тур»	4	4	6	4	6	6	4	5	5	3	4	5	4	8,571
	ТА «Штурвал Плюс»	4	4	4	4	4	4	6	4	5	3	6	4	2	7,714
	ТА «Океан тур»	3	5	3	5	4	3	4	4	4	5	4	4	3	7,286
	Київське БПЕ	4	4	5	3	2	4	3	4	3	5	4	4	3	6,587
	Середнє значення по кластеру віоленти	4,29	4,29	4,29	4,43	3,71	4,71	4,57	4,86	4,29	4,57	4,57	4,43	3,43	8,060
Пацієнти	ТО «Альянс»	3	5	2	4	3	5	4	4	2	5	2	3	2	6,286
	ТО «Анекс Тур»	4	4	1	4	1	5	5	4	4	2	2	3	2	5,857
	ТО «Спутнік»	5	4	2	5	2	4	4	4	3	4	3	4	1	6,429
	ТО «Тревелсвіт»	4	3	2	4	3	5	4	5	2	3	4	1	0	5,714
	ТА «Поїхали з нами»	3	2	2	2	3	4	5	2	5	3	4	2	1	5,429
	ТА «Жара»	4	1	3	3	4	4	3	4	4	4	3	2	2	5,857
	ТА «Штурман»	3	5	2	2	3	4	4	4	1	2	3	4	2	5,571
	Вінницьке БПЕ	3	3	2	3	3	4	4	5	2	3	3	2	0	5,286
	Середнє значення по кластеру пацієнти	3,63	3,38	2,00	3,38	2,75	4,38	4,13	4,00	2,88	3,25	3,00	2,63	1,25	5,806

Продовження таблиці 1

Кластер	Туристичне підприємство	Ефекти використання інноваційного потенціалу													
		Економічний	Інвестиційний	Бюджетний	Ресурсний	Екологічний	Соціальний	Туристичний	Ринковий	Комерційний	Репутаційний	Технічний	Інтелектуальний	Правовий	Середньорічний показник
Комутанти	ТО «Красін Тур»	2	2	2	2	3	5	2	4	2	4	1	2	0	4,429
	ТО «Парті Тревел»	4	2	1	4	2	3	4	0	2	2	3	1	0	4
	ТА «Горизонт тур»	3	1	1	3	2	5	4	2	2	3	2	0	1	4,143
	ТА «Нові горизонти»	2	1	3	2	0	5	1	3	3	2	2	1	0	3,571
	Чернігівське БПЕ	2	0	1	2	2	2	3	1	2	2	1	0	0	2,571
	Запорізьке БПЕ	2	1	0	1	0	3	1	1	2	2	2	1	0	2,286
	Середнє значення по кластеру комутанти	2,50	1,17	1,33	2,33	1,50	3,83	2,50	1,83	2,17	2,50	1,83	0,83	0,17	3,499

Результати досліджень свідчать про те, що усі види ефектів мали місце на окремих туристичних підприємствах, причому, найбільша кількість ефектів мала місце на підприємствах-експлерентах (переможцем виступає ТО «Джойн Ап» — 9,449 ефектів в середньому за рік). Слід також відмітити високий показник кількості ефектів у підприємств-віолентів ТО «Тревел профешнл груп» та ТО «Гамалія» отримали в середньому 8,714 ефектів за рік; низький показник кількості ефектів отримали підприємства — комутанти: Чернігівське БПЕ — 2,571 та Запорізьке БПЕ — 2,286.

Для визначення зв'язків різних видів ефектів на туристичних підприємствах окремих кластерів було побудовано ієрархічне дерево евклідових відстаней для показників ефектів (дендрограми — рис. 1).

Отримана таксономія дозволяє групувати ефекти, що є гомогенними у відношенні до використання інноваційного потенціалу.

Згідно з утвореними зв'язками, можливо виділити групи ефектів, що найбільш тісно пов'язані відповідно до досліджуваних кластерів:

– ефекти на підприємствах-експлерентах згруповані таким чином: 1) економічний, туристичний, інвестиційний, комерційний, ринковий, технічний ефекти; 2) ринковий, технічний, бюджетний ефекти; 3) ресурсний, інтелектуальний, правовий ефекти;

– ефекти на підприємствах-віолентах згруповані таким чином: 1) економічний, ринковий, соціальний, комерційний, туристичний ефекти; 2) ринковий, інтелектуальний, технічний ефекти; 3) інтелектуальний, інвестиційний, бюджетний, ресурсний ефекти;

– ефекти на підприємствах-патієнтах згруповані таким чином: 1) економічний, ресурсний, соціальний, туристичний, ринковий, репутаційний ефекти; 2) бюджетний, екологічний, технічний, туристичний ефекти; 3) інвестиційний, інтелектуальний ефекти;

– ефекти на підприємствах-комутантах згруповані таким чином: 1) економічний, ресурсний, туристичний, технічний, комерційний, репутаційний ефекти; 2) інвестиційний, інтелектуальний, ринковий, бюджетний ефекти; 3) соціальний, правовий ефекти.

**Висновки.** Найбільш тісними зв'язками на усіх туристичних підприємствах відмічені такі види ефектів: економічний, ресурсний, туристичний; залежність цих ефектів один від одного є етіологічною, тобто ці ефекти виступають поштовхом для виникнення і збільшення інших ефектів. Інші види зв'язків між досліджувальними ефектами також мають місце, але тіснота їх зв'язку не дозволяє казати про наявність стійкої етіології. Перспективами подальших досліджень є визначення ефективності використання інноваційного потенціалу туристичних підприємств на основі експертних оцінок і економічних показників.



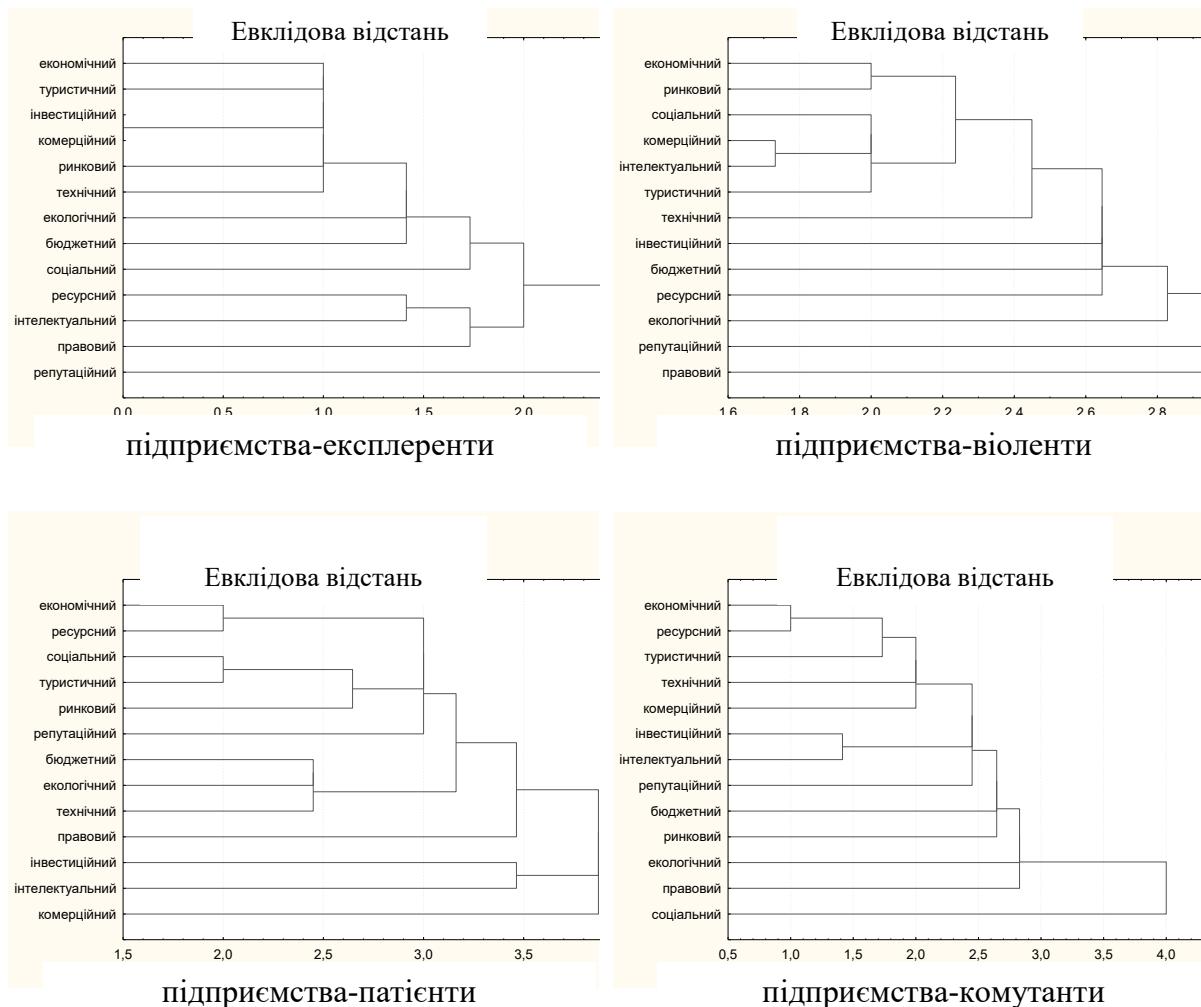


Рис. 1. Дендрограми зв'язку окремих видів ефекту на досліджуваних туристичних підприємствах (розроблено автором)

### Список літератури

1. Бабчинська О. І., Левченко А. Р. Особливості оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2014. № 4. Т. 1. С. 87–92.

2. Грицаєнко М. І. Сутність та склад інноваційного потенціалу регіону. *Економіка розвитку (Economics of Development)*. № 4 (68). 2013. С. 52–57.

3. Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвитку туристичної галузі України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2015. — Вип. 7(172). С. 65–69 URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU\\_Ekon\\_2015\\_7\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2015_7_11). С. 65–69. (Дата звернення 14.08.2022).

4. Сидорчук І. П. Критерії та показники оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємств машинобудівної промисловості. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Вип. 8. Ч. 3. С. 127–131.

5. Сильченко І. А. Ефективність інноваційної діяльності машинобудівних підприємств. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2011. № 3(15). С. 79–82.

6. Череп А. В., Стрілець Є. М. Ефективність як економічна категорія. *Ефективна економіка*. 2013. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1727>. (Дата звернення 5.08.2022).

7. Черешнюк О. М. Оцінка ефективності інноваційної діяльності промислових підприємств. *Економічний аналіз*. 2014. Т. 15. № 3. С. 218–224.

8. Чорна М. В., Глухова С. В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств: монографія. Харків: ХДУХТ. 2012. 210 с.

### References

1. Babchynska, O. I., Levchenko, A. R. (2014). *Osoblyvosti otsinky efektyvnosti innovatsijnoi diialnosti pidpryemstva* [Peculiarities of evaluating the effectiveness of innovative activity of the

enterprise]. *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu* [Bulletin of the Khmelnytskyi National University], no. 4, pp. 87–92.

2. Hrytsaenko, M. I. (2013). *Sutnist ta sklad innovatsijnoho potentsialu rehionu* [The essence and composition of the innovation potential of the region]. *Ekonomika rozvytku* [Development economics], no. 4(68), pp. 52–57.

3. Davydova, O. (2015). *Osoblyvosti zastosuvannya innovatsij u rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy* [Peculiarities of using innovations in the development of the tourism industry of Ukraine]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka* [Bulletin of Taras Shevchenko Kyiv National University], no.7 (172). pp. 65–69. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU\\_Ekon\\_2015\\_7\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2015_7_11). (Accessed 14 August 2022).

4. Sydoruk, I. P. (2014). *Kryterii ta pokaznyky otsiniuvannya efektyvnosti innovatsijnoi diial'nosti pidpriemstv mashynobudivnoi promyslovosti* [Criteria and indicators for evaluating the effectiveness of innovative activities of machine-building industry enterprises]. *Naukovyj visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu* [Scientific Bulletin of Kherson State University], no. 8, P. 3, pp. 127–131.

5. Sylchenko, I. A. (2008). *Efektivnist innovatsijnoi diial'nosti mashynobudivnykh pidpriemstv* [Effectiveness of innovative activities of machine-building enterprises]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu* [Bulletin of the Berdyansk University of Management and Business], no. 11, pp. 54–57.

6. Cherep, A. V., Strilets, Ye. M. (2013). *Efektivnist iak ekonomichna katehoriia* [Efficiency as an economic category]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy], no. 1. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1727> (Accessed 5 August 2022).

7. Chereshniuk, O. M. (2014). *Otsinka efektyvnosti innovatsijnoi diial'nosti promyslovyykh pidpriemstv* [Evaluation of the effectiveness of innovative activity of industrial enterprises]. *Ekonomichnyj analiz. Ternopil: VPTs TNEU «Ekonomichna dumka»* [Economic analysis. Ternopil: VOC TNEU “Economic Thought”], no. 3, pp. 218–224.

8. Chorna, M. V., Hlukhova, S. V. (2012). *Otsinka efektyvnosti innovatsijnoi diial'nosti pidpriemstv* [Assessment of the effectiveness of innovative activities of enterprises]. Kharkiv: KhDUKhT, 210 p.

**Objective.** *The objective of the present article is to determine the etiology of certain types of effects using the construction of a hierarchical tree of Euclidean distances based on the segregation of the effects of using the innovative potential of tourist enterprises.*

**Methods.** *In the research process, the following methods were used: theoretical generalization methods (for the segregation of the effects of using the innovative potential of tourism enterprises), the method of expert evaluations (to identify the presence or absence of certain types of effects of the use of the innovative potential at the studied enterprises), analysis and synthesis (for the segregation of the effects of using the innovative potential of tourist enterprises enterprises for a specified period), graphic (to determine the connections of various types of effects on tourism enterprises of individual clusters).*

**Results.** *The issues of segregation of the effects of the use of innovative potential in tourism enterprises are relevant and require quantitative measurement. Therefore, based on the theoretical study of the opinions of a number of authors, the following types of effects of using innovative potential are proposed, depending on the nature of their occurrence: economic, investment, budgetary, resource, environmental, social, tourism, market, commercial, reputational, technical, intellectual, legal. The segregation of the effects of using the innovative potential of tourism enterprises of individual clusters (explerents, violets, patients, commuters) for 2013–2019 was carried out. A hierarchical tree of Euclidean distances was built to determine the relationships of various types of effects in the tourism enterprises of individual clusters. The resulting taxonomy makes it possible to group effects that are homogeneous in relation to the use of innovative potential. According to the connections formed, it is possible to single out groups of the most closely related effects in accordance with the clusters under study: the effects at the enterprises-explerents are grouped as follows: 1) economic, tourism, investment, commercial, market, technical effects; 2) market, technical, budgetary effects; 3) resource, intellectual, legal effects; effects at enterprises-violents are grouped as follows: 1) economic, market, social, commercial, tourist effects; 2) market, intellectual, technical effect; 3) intellectual, investment, budgetary, resource effects; effects at patient enterprises are grouped as follows: 1) economic, resource, social, tourism, market, reputational effects; 2) budgetary, environmental, technical, tourist effects; 3) investment, intellectual effects; effects at switching enterprises are grouped as follows: 1) economic, resource, tourism, technical, commercial, reputational effects; 2) investment, intellectual, market, budgetary effects; 3) social, legal effects. The closest ties in tourism*

enterprises are the types of effects: economic, resource, tourism. We consider the dependence of these effects on each other etiological, that is, these effects act as an impetus for the emergence and increase of other effects.

**Key words:** innovative potential, tourist enterprise, effect, segregation of effects, connection of effects.

Надійшла до редакції 29.11.2022

DOI : 10.33274/2079-4762-2022-52-2-35-43

JEL : O15, I21

УДК 005.8

Шмиголь Н. М.,  
д-р екон. наук, професор

Національний університет «Запорізька політехніка»  
м. Запоріжжя, Україна  
e-mail: nadezdash@ua.fm

Єлісеєв Є. Ю.,  
аспірант

e-mail: yeliseiev98@gmail.com

### ОБҐРУНТУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДОЦІЛЬНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО МЕТОДУ ШАХОВОЇ ОСВІТИ – ВІДКРИТТЯ ШАХОВИХ ОНЛАЙН-ШКІЛ

UDC 005.8

Shmygol N. M.,  
Grand PhD in Economic Sciences,  
Professor

National University «Zaporizhzhia Polytechnic»,  
Zaporizhzhia, Ukraine  
e-mail: nadezdash@ua.fm

Yeliseiev Ye. Yu.,  
PhD student

e-mail: yeliseiev98@gmail.com

### SUBSTANTIATION OF THE ECONOMIC FEASIBILITY OF USING AN INNOVATIVE METHOD OF CHESS EDUCATION – OPENING AN ONLINE CHESS SCHOOL

**Мета.** Обґрунтувати економічну доцільність відкриття шахових онлайн-шкіл в Україні.

**Методи.** У ході проведеного дослідження використано сукупність наукових методів: методи наукового узагальнення та порівняння, графічні та табличні методи, методи побудови ієрархій (для розробки WBS-структури та OBS-структури майбутньої шахової онлайн-школи) SWOT-аналіз (для визначення сильних та слабких сторін шахової онлайн-школи), методи сітьового моделювання та планування (для планування у часі операцій щодо відкриття шахової онлайн-школи), методи оцінки економічно ефективності проєктів та методи побудови точки беззбитковості.

**Результати.** Розглянуто теоретичні та практичні аспекти розвитку та запровадження ІТ-технологій в освіті. Досліджено поняття інформатизації освіти та основні напрямки її розвитку, зокрема виконана оцінка нормативно-правової бази в Україні для надання освітніх онлайн-послуг, формування інформаційної культури школярів, студентів та підготовки педагогічних кадрів на основі використання ІТ-технологій. Розроблено проєкт шахової онлайн-школи для дітей та дорослих як інноваційного методу навчання шахам. На основі проведеного SWOT-аналізу визначено сильні та слабкі сторони, а також можливості і загрози проєкту, розроблені OBS-, WBS-структури та матриця відповідальності проєкту. Визначено перелік необхідних робіт для створення шахової онлайн-школи, побудовано календарний план проєкту за допомогою сітьового графіку та розраховано резерв часу на виконання проєкту. Доведено економічну ефективність проєкту шляхом обчислення його основних фінансових показників реалізації, у т. ч. чистої приведеної вартості. Визначено та побудовано точку беззбитковості проєкту. Обґрунтовані необхідні кроки для проведення рекламної кампанії для просування шахової онлайн-школи.

**Ключові слова:** інформатизація освіти, інформаційно-комунікаційні технології, комп'ютерно орієнтовані засоби навчання, інноваційний проєкт, шахова онлайн-школа, обґрунтування економічної доцільності.

**Постановка проблеми.** Розвиток інформаційного суспільства характеризується диджиталізацією усіх сфер життя та є одним із пріоритетних напрямів державної політики. Застосування інформаційних технологій в освіті дозволить перейти на якісно новий формат викладання та засвоєння знань як в середній школі, так і в вищих навчальних закладах.

Впровадження сучасних систем освіти на основі ІТ-технологій з урахуванням світового досвіду та особливостей вітчизняної освіти є одним з актуальних наукових і практичних завдань розвитку інформаційного суспільства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Перехід від традиційних до інноваційних методів викладання супроводжується впровадженням більш ефективних методик навчання із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій. Аналіз наукових праць з цього питання свідчить про те, що на сьогодні достатньо актуальною залишається проблема використання мережі Інтернет в освітньому просторі як для студентів вищої школи, так і для багатьох викладачів. Вагомий внесок у дослідження особливостей впровадження ІТ-технологій в освітній процес зробили В. Андрущенко, О. Падалка, О. Яковлева, Н. Ладиженська, Л. Горбунова, М. Дебич, І. Сікорська та ін.

Питанням професійної підготовки викладачів присвячені роботи В. В. Бублик, М. М. Глибовець, І. О. Завадського, В. Г. Кременя, А. М. Коломієць, В. В. Лаптева, М. П. Лапчик, Є. А. Ракітіна, І. В. Роберт, І. В. Чичкань та інших. Використання інформаційних технологій у професійному навчанні відображено в працях Т. Л. Архипової, О. В. Вітюк, І. Г. Захарової, В. П. Кулагіна, І. М. Лукаш, В. В. Лапінського та інших.

В Україні існує та розвивається низка ресурсів для здобуття різноманітних знань та вдосконалення певних навичок. Проте, шахова підготовка онлайн в нашій країні поки що не досягла відповідного рівня провідних шахових держав.

**Метою статті** є обґрунтування економічну доцільність відкриття шахових онлайн-шкіл в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сьогодні у світі онлайн освіта розвивається надзвичайно швидко, створюється велика кількість нових можливостей для людей всіх національностей та будь-якого віку.

Інформатизація освіти визнає основні напрямки її розвитку, а саме:

- формування інформаційної культури школярів, студентів та викладачів;
- підготовка педагогічних кадрів на основі використання ІТ-технологій;
- розробка нормативно-нормативно-правової бази в Україні для надання освітніх онлайн-послуг;
- розробка нових освітніх програм та удосконалення методичного забезпечення дисциплін для викладання [1–3].

На сьогодні значно зросло значення інформаційної підготовки, що використовується в навчанні шахістів навіть на початкових етапах тренувань, а на етапах спортивного вдосконалення і вищої спортивної майстерності вона стає ключовим. Тренери з шахів, які проводять навчання, повинні мати високий ступінь сформованості навчальних, інформаційних та комунікативних компетенцій. Додатковим фактором розвитку шахового спорту є дистанційна форма тренувань шахістів, що відбуваються за допомогою комунікативних систем та онлайн ресурсів [4].

Персональний комп'ютер з встановленими шаховими інформаційно-пошуковими системами, комп'ютерними програмами, електронними базами і ресурсами Інтернет має функції штучного помічника тренера. Оптимальне використання цих функцій дозволяє підвищити ефективність тренування до 80 %. Система тренувань має складатися з фізичної, технічної, тактичної, психологічної, інформаційної та інтелектуальної підготовки [5].

Дніпропетровська обласна федерація шахів може сприяти розвитку шахової освіти онлайн в Дніпропетровській області. Під егідою федерації пропонується створити проект шахової-онлайн школи для дітей та дорослих як у Дніпропетровській області, так і в цілому в Україні і навіть в усьому світі. Впровадження такого проекту допоможе значно підняти престиж не тільки шахового спорту в області, а і бренд Дніпропетровської обласної федерації шахів в Україні та світі. Наявність престижної шахової онлайн школи в свою чергу може привернути увагу приватних спонсорів та сприяти збільшенню державної підтримки для подальшого розвитку шахів.

SWOT-аналіз майбутньої шахової школи онлайн подано у табл. 1.

SWOT-аналіз шахової онлайн-школи (розроблено автором)

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Мобільність: усі працівники можуть працювати із будь-якого куточку світу, де є доступ до мережі інтернет. 2. Доступність: можливість встановлювати ціни нижче, ніж у конкурентів. 3. Гнучкість: можливість підібрати відповідного тренера для кожного клієнта.	1. Відсутність бренду: необхідно вкласти багато коштів та зусиль для просування проекту. 2. Недостатній управлінський досвід. 3. Відсутність законодавчої бази.
Можливості	Загрози
1. Зростання популярності шахів у світі. 2. Зростання попиту на послуги за рахунок вдалого маркетингу та вдячних відгуків. 3. Вихід на ринки нових країн. 4. Розвиток ІТ-технологій.	1. Неможливість використання деяких платіжних систем в Україні. 2. Недосконалість фіскальної системи України. 3. Поява великої кількості конкурентів.

Через пандемію COVID-19 у 2019–2021 роках у світі та пов'язані з нею карантинні обмеження одним з основних напрямків впровадження інноваційних технологій в освіті стало запровадження методів та принципів онлайн-навчання. В Україні з початку війни у 2022 році це питання досягло ще більшої актуальності через те, що багато учнів та студентів знаходяться у евакуації, територіально віддалено від своїх навчальних закладів.

Як бачимо, сильними сторонами шахової школи онлайн є, по-перше, її економічність —

не треба витратити кошти на утримання приміщення, обладнання, електропостачання, інтернет. По-друге, економія часу щоб добратися до школи — викладачі і школярі працюють у себе вдома. По-третє, учні одержують та виконують завдання у свій вільний час.

WBS-структура — ієрархічна декомпозиція робіт, що має бути виконана командою проекту та орієнтована на успішне завершення проекту [6].

WBS-структура майбутньої шахової школи розроблена та подана на рис. 1.



Рис. 1. WBS-структура майбутньої шахової школи (розроблено автором)

Організаційна структура управління (OBS-структура) — упорядкована сукупність служб, відділів, підрозділів і окремих поса-

дових осіб, що знаходяться у взаємозв'язку і співвідпорядкованості і виконують певні управлінські функції [7].

На рис. 2 представлена OBS-структура майбутньої шахової школи.

Матриця відповідальності забезпечує опис і узгодження структури відповідальності за виконання пакетів робіт. Вона являє собою

форму опису розподілу відповідальності за реалізацію робіт по проекту, із зазначенням ролі кожного з підрозділів в їх виконанні [8].

Матриця відповідальності для шахової школи онлайн подана у табл. 2.

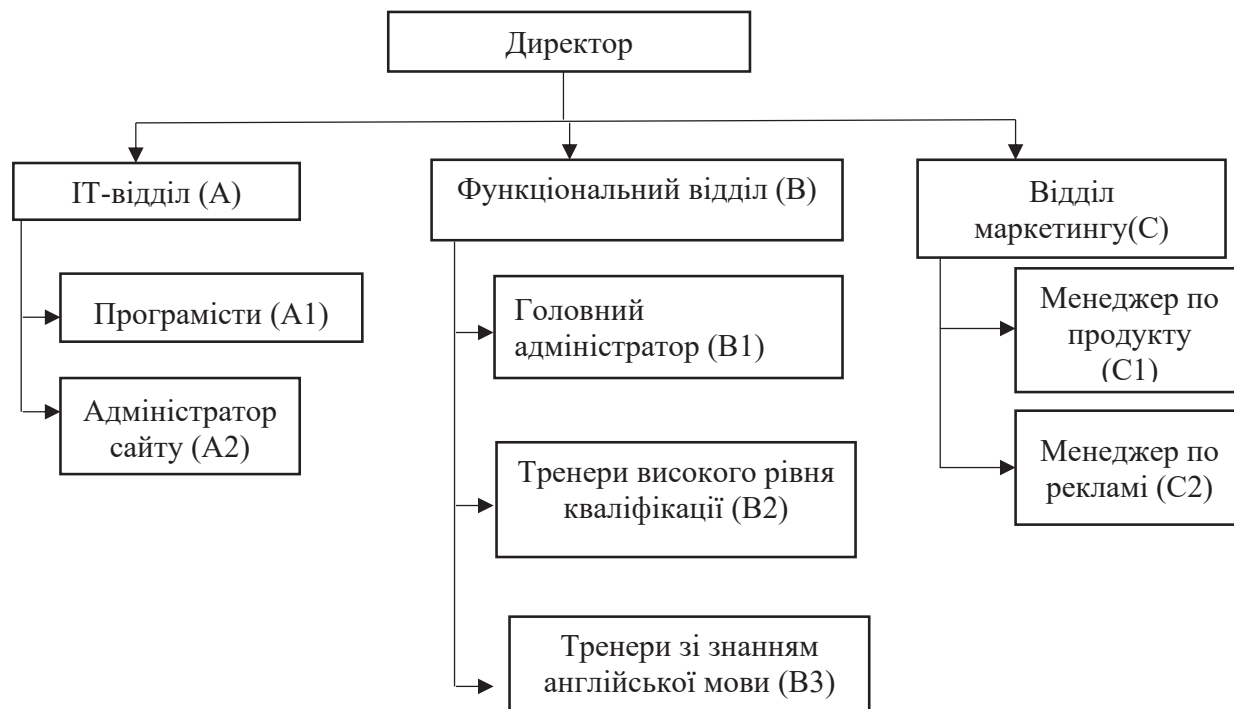


Рис. 2. OBS-структура (розроблено автором)

Таблиця 2

Матриця відповідальності для шахової школи онлайн (розроблено автором)

	ІТ-відділ		Функціональний відділ			Відділ маркетингу	
	A1	A2	B1	B2	B3	C1	C2
1.1	+/-		+				
1.2	+	+/-	+/-				
1.3	+						
2.1			+				
2.2			+				
2.3			+				
3.1	+/-			+/-	+/-	+	
3.2		+/-	+				+/-
3.3	+/-		+			+/-	+/-
4.1				+	+		
4.2				+	+		

Створення шахової онлайн-школи передбачає наступні кроки:

1. Розробка концепції проекту.
2. Аналіз існуючих конкурентів.
3. Затвердження проекту.

4. Пошук відповідних програмістів.
5. Обговорення дизайну сайту із програмістом.
6. Затвердження дизайну сайту.
7. Розробка інтернет-сайту.

8. Пошук тренерів високої кваліфікації.
9. Пошук тренерів зі знанням англійської мови.
10. Пошук тренерів для початківців.
11. Затвердження штату тренерів.
12. Створення навчальних відео.
13. Розробка реклами в інтернеті.
14. Замовлення реклами в Інтернет-просторі.
15. Відкриття школи та початок занять .

Кожна зазначена операція має відповідну тривалість виконання, саме тому, для того, щоб визначити час, який є необхідним для виробництва даної продукції використовуються аналіз операцій та будується сітвовий графік. За

допомогою сітвового графіку можна визначити, який час є оптимальним для виробництва продукції і чи зможе підприємство виконати замовлення вчасно. Сітвовий графік є одним з графічних методів, які використовуються у ході планування проекту і нагляду за його виконанням. Для будь-якого проекту визначальними є фактори часу, витрат та наявність ресурсів, саме тому такі сітвові методи акцентують увагу на цих найважливіших факторах та дозволяють досліджувати їх у різних комбінаціях [9].

У табл. 3 зроблено розрахунок певного резерву часу, який є максимальним часом, на який можна віддалити закінчити даної роботи за рахунок затримки її початку або збільшен-

Таблиця 3

Розрахунок резерву часу (розроблено автором)

Операція	Попередня операція	Очікуваний час виконання роботи	Час раннього початку	Час раннього завершення	Час пізнього початку	Час пізнього завершення	Повний резерв часу
1	-	7	0	7	0	7	0
2	1	3	7	10	7	10	0
3	2	2	10	12	10	12	0
4	3	3	12	15	12	15	0
5	4	2	15	17	15	17	0
6	5	1	17	18	17	18	0
7	6	13	18	31	18	31	0
8	3	8	12	20	26	34	14
9	3	13	12	25	21	34	9
10	3	5	12	17	29	34	17
11	8, 9, 10	2	15	17	34	36	19
12	11	6	25	31	36	42	11
13	7	8	31	39	31	39	0
14	13	3	39	42	39	42	0
15	12, 14	10	42	52	42	52	0

ня її тривалості без зміни загального строку завершення комплексу операції. Такий резерв часу розраховується шляхом віднімання від

пізнього завершення операції її раннього завершення. Розрахунки показників для побудови сітвового графіку подано у табл. 4.

Таблиця 4

Фінансові показники проекту (розроблено автором)

Показник	1-й міс.	2-й міс.	3-й міс.	4-й міс.	5-й міс.
Обсяг реалізації, тис. грн.	0	150	153	156,06	159,18
Поточні витрати, тис. грн.	4	101,5	103,33	105,19	107,08
Податковий прибуток, тис. грн.	-4	48,5	49,67	50,87	52,1
Податок на прибуток, тис. грн.	0	9,7	9,93	10,17	10,42
Чистий прибуток, тис. грн.	-4	38,80	39,74	40,70	41,68

Після розрахунку резервів часу для кожної операції щодо проекту шахової онлайн-школи, побудуємо сітвовий графік, представлений на рис. 3

Для того, щоб визначити економічну ефективність майбутнього проекту необхідно роз-

рахувати наступні показники: термін окупності (PP, роки), чиста приведена вартість (NPV, грн), внутрішня норма прибутку (IRR, %).

Визначимо основні фінансові показники проекту. Розрахуємо чисту приведену вартість (NPV), користуючись даними табл. 4.

$$NPV = -35 + \frac{-4}{1,02} + \frac{38,80}{1,02^2} + \frac{39,74}{1,02^3} + \frac{40,70}{1,02^4} + \frac{41,68}{1,02^5} = -35 + 43,94 = 8,94 \text{ тис. грн.}$$

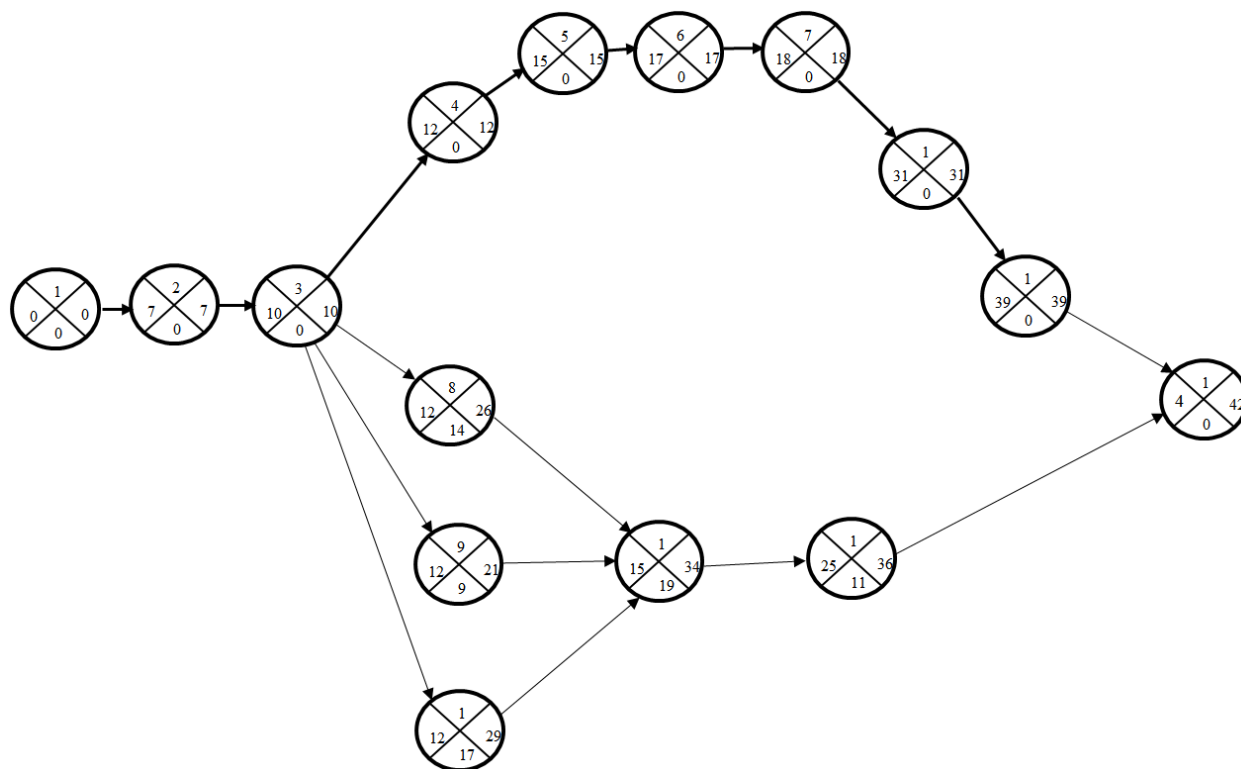


Рис. 3. Сітвовий графік впровадження проекту (розроблено автором)

Визначимо внутрішню норму прибутку (IRR), використовуючи MS Excel та формулу ВСД: IRR = 56 %.

Точка беззбитковості є одним з показників, який застосовується для оцінки ефективності інвестиційних проектів. Оскільки точка беззбитковості відповідає обсягу продажів продукції, починаючи з якого її випуск повинен приносити прибуток, розрахований для її досягнення обсяг продажів (випуску) зіставляється із проектною потужністю створюваного підприємства.

Аналіз беззбитковості проекту дозволяє виявити залежність розміру прибутку від визначальних факторів: обсягу продажів, зміни ціни продукції, витратків на будівництво підприємства цін на сировину тощо. Ця інформація з урахуванням бажаного інтервалу значень цін продажу, витратків підприємства тощо,

може використовуватися для оцінки інвестиційного проекту й інвестиційного ризику.[10].

Розрахунок точки беззбитковості проводиться за формулою:  $Q = FC / (P - AVC)$ , де Q — точка беззбитковості (обсяг продажів); FC — сума постійних витратків; P — ціна за одиницю продукції; AVC — змінні витатки на одиницю продукції (рис. 4).

Розрахувавши чисту приведену вартість та внутрішню нору прибутку, визначимо термін окупності проекту:

Сума початкових інвестицій = 35 тис. грн. Сукупний дохід за перші 3=2 місяці складе

$$-4 + 38,80 = 34,80 \text{ тис. грн,}$$

що дорівнює сумі початкових інвестицій. Відповідно, термін окупності буде складати рівно 2 місяці.

Розрахуємо точку беззбитковості для шахової онлайн-школи в натуральних та грошо-



вих одиницях: Сума постійних витрат складає 4 тис. грн на місяць. Ціна за годину занять складає 500 грн. Змінні видатки за годину занять складають

$$500 * 0,65 = 325 \text{ грн.}$$

Отже, кількість годин шахових занять для досягнення точки беззбитковості складе:

$$Q = 4000 / (500 - 325) = 22,89 \text{ год.}$$

Точка беззбитковості ТБ =  $22,89 * 500 = 11445$  грн. Тобто, школа має отримувати 11445 гривень виручки на місяць для того, щоб досягти точки беззбитковості (рис. 4).

Для досягнення цілей проекту вкрай важливо провести вдалу рекламну кампанію.

#### Точка беззбитковості

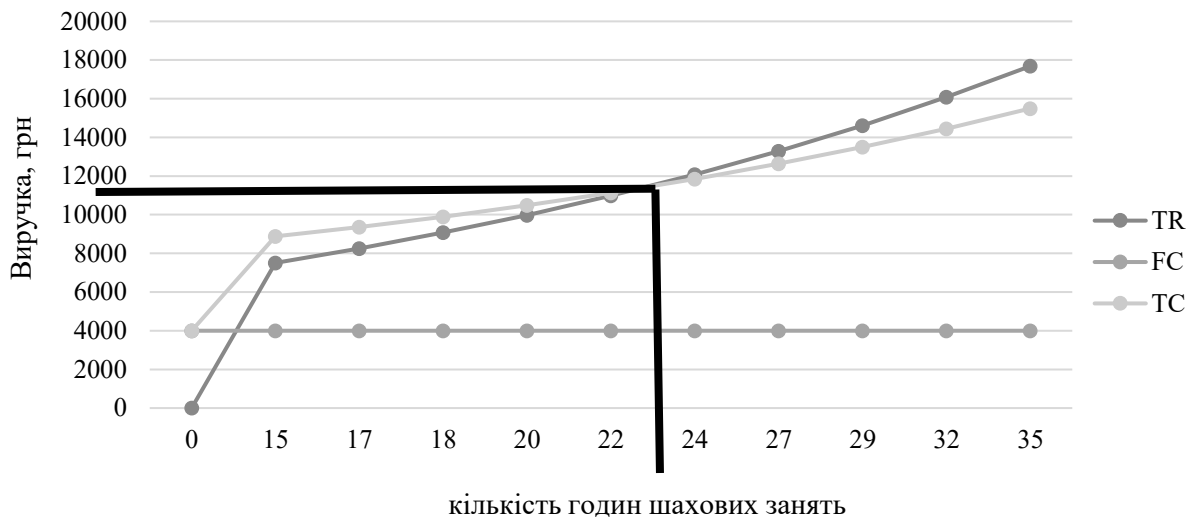


Рис. 4. Точка беззбитковості шахової школи (побудовано автором)

Адже, без неї школа ніколи не зможе вийти на ті показники кількості проведених занять, які зазначені у фінансовому плані. Якої б високою не була кваліфікація тренерів, без відповідної пізнаваності бренду проект не можна буде назвати вдало виконаним.

Для швидкого та значного просування проекту планується здійснити наступний план заходів:

По-перше, необхідно створити зручний та сучасний інтернет-сайт аби потенційні клієнти могли швидко та правильно зрозуміти сутність продуктів та послуг які пропонує шахова школа.

По-друге, планується створення спеціального Youtube-каналу, де будуть розмішуватися навчальні матеріали. Це має значно розширити аудиторію школи, підтримувати імідж бренду та заохотити потенційних клієнтів до замовлення приватних шахових уроків.

По-третє, необхідно замовити спеціальну рекламу в інтернеті для просування і популяризації школи. Планується використовувати такі сервіси для замовлення реклами як Google та Youtube. Вибір сервісів для розміщення реклами обумовлений їх надзвичайно широкою аудиторією, а також гарантією того,

що реклама дійде саме до потенційних клієнтів шахової школи.

Після того, як школа досягне необхідної кількості шахових занять, важливо буде створити зручний сервіс зворотного зв'язку аби клієнти змогли залишити свій відгук про роботу школи. Добрі відгуки мають заохотити значну кількість нових учнів школи.

**Висновки.** В статті обґрунтована необхідність використання інноваційних методів навчання в освітньому процесі, розроблено проект шахової онлайн-школи для дітей та дорослих, як інноваційного методу навчання шахам. На основі проведеного SWOT-аналізу визначено сильні та слабкі сторони пропонованого проекту, а також можливості і загрози проекту шахової онлайн-школи, розроблені OBS, WBS структури та матриця відповідальності проекту. Визначено перелік необхідних робіт для створення школи, побудовано календарний план проекту за допомогою сітьового графіку та розраховано резерв часу, доведено економічну ефективність проекту шляхом обчислення його основних фінансових показників та розрахунку чистої приведеної вартості, запропоновано графік визначення точки беззбитковості та обґрунтовано

доцільність впровадження шахових онлайн-шкіл в шахову освіту в Україні. Обґрунтовані необхідні кроки для проведення рекламної кампанії для просування шахової школи.

### Список літератури

1. Філософія освіти : навчальний посібник / за наук. ред. академіка В. П. Андрущенка. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. 342 с.

2. Яковлева О. В. У лабіринтах багатомовності: Багатомовність українського суспільства як регулятивний фактор розвитку вищої освіти у контексті світового досвіду: монографія. Вид. 2-ге, випр. і допов. Київ : КІМ, 2015. 279 с.

3. Лук'янова Л. Неперервна освіта впродовж життя: історичний огляд, сучасні реалії. *Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету. Серія: педагогіка.* № 2 (15). 2015. С. 187–192.

4. Биков В. Ю. Моделі організаційних систем відкритої освіти : монографія. Київ : Атіка, 2008. 684 с.

5. Шанковський, А. З. Шляхи покращення процесу підготовки шахістів. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова.* 2022. Випуск 5 (150). С. 129–133.

6. Блага Н. В. Управління проектами : навч. посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. 152 с.

7. Сардак С. Е. Управлінсько-регуляторні аспекти розвитку людських ресурсів в умовах глобалізації: монографія. Дніпро : Вид-во ДНУ, 2012. 460 с.

8. Буреннікова Н. В. Сучасні підходи до забезпечення ефективності процесу управління людськими ресурсами промислових підприємств у контексті проектного менеджменту. *Науковий журнал Innovation and sustainability.* 2021. № 1. С. 13–17.

9. Ноздріна Л. В., Ящук В. І., Полотай О. І. Управління проектами: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 432 с.

10. Погорелова Т. О. Як досягти точки беззбитковості. *Вісник НТУ «ХПІ».* 2014. Вип. 34. С. 158–162.

2. Yakovleva, O. V. (2015). *U labiryntakh bahatomovnosti: bahatomovnist ukraïnskoho suspilstva yak rehuliatyvnyi faktor rozvytku vyshchoi osvity u konteksti svitovoho dosvidu* [In the labyrinths of multilingualism: Multilingualism of Ukrainian society as a regulatory factor in the development of higher education in the context of world experience]. Kyiv, KIM Publ., 279 p.

3. Lukianova, L. (2015). *Neperervna osvita vprodovzh zhyttia: istorychnyi ohliad, suchasni realii* [Continuous education throughout life: historical overview, modern realities]. *Naukovyi visnyk Melitopolskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu. Serii: pedahohika* [Scientific Bulletin of the Melitopol State Pedagogical University. Series: pedagogy], no. 2 (15), pp. 187–192.

4. Bykov, V. Yu. (2008). *Modeliorhanizatsiinykh system vidkrytoi osvity* [Models of organizational systems of open education], Kyiv, Atika Publ., 684 p.

5. Shankovskiy, A. Z. (2022). *Shliakhy pokrashchennia protsesu pidhotovky shakhistiv* [Ways to improve the process of training chess players]. *Naukovyi chasopys NPU imeni M. P. Drahomanova* [Scientific journal M.P. Drahomanov NPU], vol. 5 (150), pp. 129–133.

6. Blaha, N. V. (2021). *Upravlinnia proiektamy* [Project management]. Lviv, Lvivskiy derzhavnyi universytet vnutrishnikh sprav Publ., 152 p.

7. Sardak, S. E. (2012). *Upravlinsko-rehuliatorni aspekty rozvytku liudskyykh resursiv v umovakh hlobalizatsii* [Management and regulatory aspects of human resources development in the conditions of globalization]. Dnipro, Vyd-vo DNU Publ., 460 p.

8. Buriennikova, N. V. (2021). *Suchasni pidkhody do zabezpechennia efektyvnosti protsesu upravlinnia liudskymy resursamy promyslovykh pidpriemstv u konteksti proiektnoho menedzhmentu* [Modern approaches to ensuring the efficiency of the personnel management process of industrial enterprises in the context of project management]. *Naukovyi zhurnal Innovation and sustainability* [Scientific journal Innovations and sustainability], no. 1. pp. 13–17.

9. Nozdrina, L. V., Yashchuk V. I., Polotai O. I. (2010). *Upravlinnia proiektamy* [Project management]. Kyiv, Tsentr uchbovoi literatury Publ., 432 p.

10. Pohorielova, T. O. (2014). *Yak dosiahty tochky bezzbytkovosti* [How to reach the break-even point]. *Visnyk NTU «KhPI»* [Bulletin of NTU «KhPI»], vol. 34. pp. 158–162.

### References

1. *Filosofii osvity [Philosophy of education]* / za nauk. red. akademika V. P. Andrushchenka (2018). Kyiv, Vyd-vo NPU imeni M. P. Drahomanova Publ. 342 p.

**Objective.** *The objective of the present study is to justify the economic feasibility of opening online chess schools in Ukraine.*

**Methods.** *In the course of the conducted research, a set of scientific methods was used: methods of scientific generalization and comparison, graphical and tabular methods, methods of building hierarchies (to develop the WBS-structure and OBS-structure of the future online chess school), SWOT analysis (to determine the strengths and weaknesses of the chess online schools), methods of network modeling and planning (for planning operations in time for the opening of an online chess school), methods of evaluating the economic efficiency of projects and methods of constructing the break-even point.*

**Results.** *Theoretical and practical aspects of the development and introduction of IT technologies in education are considered. The concept of informatization of education and the main directions of its development have been studied, in particular, the assessment of the regulatory and legal framework in Ukraine for the provision of online educational services, the formation of the information culture of schoolchildren and students, and the training of pedagogical staff based on the use of IT technologies has been carried out. The project of an online chess school for children and adults has been developed as an innovative method of teaching chess. On the basis of the conducted SWOT analysis, strengths and weaknesses, as well as opportunities and threats of the project were determined, OBS-, WBS-structures and the matrix of project responsibilities were developed. The list of necessary works for the creation of an online chess school was defined, the calendar plan of the project was built with the help of a network schedule, and the time reserve for the project was calculated. The economic efficiency of the project has been proven by calculating its main financial performance indicators, including net present value. The break-even point of the project was determined and constructed. Reasonable necessary steps for conducting an advertising campaign to promote an online chess school.*

**Key words:** *informatization of education, information and communication technologies, computer-oriented teaching aids, innovative project, online chess school, substantiation of economic feasibility.*

*Надійшла до редакції 15.12.2022*

## ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ ТА ПОСЛУГ

DOI : 10.33274/2079-4762-2022-52-2-44-51

JEL : O15, I86

УДК 331.2:614.257

Єлісеєва О. К.,  
д-р екон. наук,  
професор

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара,  
м. Дніпро, Україна  
e-mail: yelisyeyeva.o@ef.dnu.edu.ua

Хмелік В. І.,  
аспірант

e-mail: mr.vlad.dp@gmail.com

ОЦІНЮВАННЯ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ  
НА ОСНОВІ ІМПУЛЬСНОГО МОДЕЛЮВАННЯ

UDC 331.2:614.257

Yelisiyeva O. K.,  
Grand PhD in Economic Sciences,  
Professor  
Khmelik V. I.,  
PhD student

Oles Honchar Dnipro National University,  
Dnipro, Ukraine  
e-mail: yelisyeyeva.o@ef.dnu.edu.ua

e-mail: mr.vlad.dp@gmail.com

ASSESSMENT OF HEALTH CARE DEVELOPMENT IN UKRAINE BASED  
ON IMPULSE MODELING

**Мета.** Проаналізувати сучасний стан здоров'я населення України на основі системи показників, які віддзеркалюють якість надання медичних послуг, виконати імпульсне моделювання показників системи охорони здоров'я України та розробити сценарії управління медичною галуззю України.

**Методи.** У ході проведеного дослідження використано історико-логічний та системно-структурний підходи до аналізу медичної галузі України. Використані сучасні методи аналізу та моделювання даних, зокрема, кореляційний аналіз, аналіз причинно-наслідкових взаємозв'язків, імпульсне моделювання тощо.

**Результати.** Досліджено статистичні показники медичної звітності та класифікатори медичного обслуговування населення України, зроблений порівняльний аналіз бюджетів країн Єврозону та України та рейтингів країн за показником рівня витрат на охорону здоров'я на одну людину, а також проаналізований показник середньої тривалості життя населення в Україні.

Обґрунтовано систему статистичних показників для імпульсного моделювання, використаня кореляційного аналізу для дослідження взаємозв'язку між впливовими факторами та для побудови когнітивної карти. Отримано результати застосування імпульсних моделей в управлінні системою охорони здоров'я та п'яти можливих сценаріїв її розвитку. Доведено переваги застосування імпульсного моделювання в управлінні соціально-економічними системами в умовах кризових явищ, що дозволяє оперативно реагувати на динамічні зміни у суспільному житті.

Результатом імпульсного когнітивного моделювання було виявлено, що найкращих показників тривалості життя можна досягти за розвитком п'ятого сценарію, а саме зменшенням кількості лікарських закладів на 23 %, кількості ліжок на 6,3 %.

**Ключові слова:** теорія управління, когнітивні, імпульсні моделі, класифікація, охорона здоров'я, сценарії розвитку, когнітивна карта.

**Постановка проблеми.** Стан здоров'я населення є ключовим фактором у розвитку усіх сфер діяльності України. Охорона здоров'я є одним з важливих чинників відтворення трудового потенціалу нашої держави. Для вступу України до європейського союзу пріоритетним напрямком розвитку є

приведення вітчизняної соціально-економічної системи до європейських стандартів, що обумовлює необхідність дослідження системи охорони здоров'я, надзвичайно важливим є об'єктивний аналіз стану системи охорони здоров'я в Україні та моделювання її розвитку.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.**

Основним проблемам управління системою охорони здоров'я присвячені праці багатьох українських вчених. Так, О. В. Баєва, М. М. Білинська, Л. І. Жаліло займаються проблемами формування державної політики і економіки охорони здоров'я в Україні, у працях цих авторів розглядаються принципи підприємницької діяльності, організації медичного бізнесу та місце фінансового менеджменту в організації діяльності лікувально-профілактичного закладу [1].

Серед авторів, що присвятили дослідження питанням управління сферою охорони здоров'я, слід визначити І. Сазонця та Н. Солоненко [2].

Проблемами регіональних відмінностей захворюваності та здоров'я населення займалися такі провідні фахівці, як: Д. Шушпанов, Н. Рингач, Н. Мезенцева, С. Батиченко. Вони виявили тенденції динаміки поширення різних видів хвороб у регіонах України та зробили типізацію регіонів України за поширенням хвороб та рівнем захворюваності [3]. Проблематику громадського здоров'я як чинника національної безпеки розглянуто в праці [4].

Застосування методу когнітивного моделювання управління підприємствами, ризиками, розвитку окремих галузей економіки за допомогою когнітивних моделей розглядали багато вчених, зокрема В. А. Кадієвський, Л. П. Перхун, О. М. Ізосімов [5].

Однак, незважаючи на значні напрацювання, існує потреба в подальшому дослідженні процесів управління економічними системами, зокрема медичною галуззю, особливо в кризових умовах з використанням імпульсних моделей.

**Мета.** Проаналізувати сучасний стан здоров'я населення України на основі системи показників, які віддзеркалюють якість надання медичних послуг, виконати імпульсне моделювання показників системи охорони здоров'я України та розробити сценарії управління медичною галуззю України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Медичне обслуговування здійснюється закладами охорони здоров'я і фізичними особами, що мають відповідні ліцензії в області охорони здоров'я [6].

Всесвітня Організація Охорони Здоров'я (ВООЗ) визначає термін здоров'я як стан по-

вного фізичного, психічного та соціального благополуччя [7].

Оскільки на здоров'я людини сильно впливає якість питної води, чистота повітря, здоров'я людини можна визначити як здатність організму перебувати в рівновазі з навколишнім середовищем.

Медична звітність — це система медичних документів встановленої форми, що містять узагальнені за певний період дані про діяльність установ і органів охорони здоров'я, медичне обслуговуванні населення і стан його здоров'я.

Медична звітність містить у собі відомості стосовно закладів охорони здоров'я, зведені статистичні дані по областях та м. Київ, а саме такі показники, як кількість медичних закладів та кількість лікарів усіх спеціальностей, а також систему показників стосовно стану здоров'я населення — кількість захворювань, смертність, очікувану тривалість життя при народженні та ін.

Уся звітність подається у встановлені державними органами строки. Головним органом, який проводить статистичне дослідження є Державний заклад «Центр медичної статистики Міністерства охорони здоров'я України», який створено наказом Міністерства охорони здоров'я в 1992 році.

Центр є головною установою, що здійснює координацію діяльності територіальних інформаційно-аналітичних центрів медичної статистики та лікувально-профілактичних закладів щодо збору, обробки та аналізу статистичної інформації.

До основних завдань центру відносять [8]:

— збір, обробку та проведення аналізу статистичної інформації про ресурси системи охорони здоров'я їх використанні та наявність, стан здоров'я населення та роботу медичних закладів;

— розробка і впровадження статистичної методології, на основі досліджень у сфері медицини та стандартів та рекомендаціях міжнародних партнерів;

— забезпечення достовірності, об'єктивності, оперативності та цілісності статистичної інформації, її адекватності завданням реформування галузі;

— розробка та реалізація програми реформування і розвитку медичної статистики з метою забезпечення переходу на міжнародну систему обліку;

— впровадження комп'ютерної техніки та сертифікація програмного забезпечення для обробки статистичної інформації.

— вдосконалення охорони здоров'я і втілення єдиної системи медико-статистичної інформації в закладах охорони здоров'я.

Міжнародна статистична класифікація хвороб (МКХ) є основним джерелом інформації про здоров'я населення та про діяльність установ охорони здоров'я. МКХ забезпечує методичну єдність і співставлення результатів вивчення захворюваності населення, причин смерті як у межах країни, так і між країнами.

МКХ-10 є класифікатором, який віддзеркалює захворювання з діагнозом та чинники, що пов'язані із цим захворюванням, показники умов життя осіб, які захворіли на певні хвороби. Тому МКХ передбачає можливість широкого переліку ознак, симптомів, відхилень, виявлених в процесі дослідження, скарг та соціальних обставин, які можуть бути вписані на місці діагнозу в медичній документації [8–9].

Кожний клас захворювань має певну кількість блоків захворювань, до яких відноситься певна кількість захворювань із діагнозом, за якими ведеться статистична звітність. Соціальні хвороби — захворювання людини, яке пов'язане з несприятливими соціально-економічними умовами, через що мають властивість виникнення і розповсюдження від носія до його кола спілкування і населення в цілому [10].

Соціальні хвороби тісно пов'язані з особливостями життя населення — психологічними та нервовими перевантаженнями, а також з образом життя кожної людини та її соціальною поведінкою. Соціальними хворобами є СНІД та туберкульоз. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я Україна посідає перше місце в Європі за кількістю смертей від СНІДу на 100 тисяч населення [10].

Також складна ситуація в Україні з захворюваністю на туберкульоз. В Україні станом на 2019 рік було зареєстровано 20,6 тис. хворих з уперше в житті встановленим діагнозом активного туберкульозу. Щороку в нашій країні від туберкульозу помирає близько 4 тисяч українців [10].

Перше місце за показником смертності в Україні займають серцево-судинні захворювання. Згідно даних за 2018 рік серед 574571 померлих у 67,4 % українців був діагноз пов'язаний з хворобами системи кровообігу [11].

Все це говорить про недостатній рівень медичного обслуговування в Україні та недостатній рівень фінансування медичного обслуговування.

За рекомендаціями ВООЗ для якісного надання медичних послуг витрати на охорону здоров'я в мають бути на рівні 7 % до ВВП. У розвинутих країнах, таких як Німеччина, цей показник складає 8,5 % до ВВП, у Франції і Японії — 9 %, в Україні протягом останніх 10 років — 4 % до ВВП. Ситуація загострюється й тим, що рівень зношеності основних фондів охорони здоров'я перевищив 60 %, при цьому в лікувально-профілактичних закладах обсяги заміни морально застарілої медичної техніки та обладнання не перевищують 1,5 % на рік, при тому, що в економічно розвинутих країнах в закладах охорони здоров'я кожного року замінюється 10–12 % основних фондів [12].

Аналіз забезпеченості лікарень медичним персоналом показав нестачу середнього медичного персоналу, а також неоднорідний географічний розподіл лікарів та медичних сестер за регіонами України.

Одним з показників ефективності роботи системи охорони здоров'я вважається середня тривалість життя населення, яка у 2020 році в Україні скоротилася до 71,3 років порівняно з 2019 р. (72 роки), що на 10 років менше ніж у розвинутих країнах Європи.

Охорона здоров'я в Україні забезпечується за рахунок коштів Державного бюджету та місцевих бюджетів, України, а також коштів юридичних та фізичних осіб.

На 2022 рік було заплановано 192 млрд грн на потреби охорони здоров'я в Україні. Із цієї суми 157,7 млрд грн отримала Національна служба здоров'я на програму медичних гарантій. На закупівлю ліків було закладено ще 19 млрд грн, 6 млрд грн виділено на вакцинацію від COVID-19 і 4 млрд грн — на розвиток мережі медичних закладів у рамках «Великого будівництва».

Якщо проаналізувати темпи зростання витрат на систему охорони здоров'я в Україні протягом останніх років, то вони випереджають темпи зростання ВВП. Тому пріоритетною сферою реформування системи фінансування охорони здоров'я має бути перегляд існуючого механізму розподілу ресурсів залежно від наданих послуг і результатів лікування, оскільки сучасна система постатейного фінансування не дозволяє прив'язати фінансові

потоки до якості та кількості наданих послуг, а така прив'язка є необхідним елементом сучасних підходів до ефективного управління системою надання медичних послуг.

Для аналізу медичної галузі в Україні пропонуємо застосувати когнітивне та імпульсне моделювання. Когнітивна модель будується у вигляді графа (когнітивної карти), кожна дуга якого відображає функціональну залежність між відповідними факторами. Когнітивну модель, використовують для дослідження процесу управління. Когнітивна карта показує вплив чинників один на одній. На ній не можна відобразити динаміку зміни впливів залежно від зміни ситуації.

Урахування всіх цих обставин вимагає переходу на наступний рівень структуризації інформації, відображеної на когнітивній карті, тобто до когнітивної моделі. На цьому рівні кожен зв'язок між чинниками когнітивної карти розкривається до відповідного рівняння, яке може містити як кількісні, так і якісні змінні.

Різні інтерпретації вершин, ребер і вагів на ребрах, а також різні функції, що визначають вплив зв'язків на чинники, приводять до різних модифікацій когнітивних карт і засобів їх дослідження. Завдяки наявності множини мо-

дифікацій когнітивних карт можна говорити про різні типи моделей, основу яких складають ці карти. При моделюванні взаємодії складних систем на різних рівнях використовуються різні типи когнітивних моделей, зокрема: векторний функціональний граф, параметричний векторний функціональний граф та ін. Таким чином, дослідження взаємодії чинників дозволяє оцінювати стан системи.

Аналіз когнітивної карти дозволяє виявити структуру системи, знайти значущі чинники, що впливають на неї. Завдання аналізу ситуації на основі когнітивних карт можна розділити на два типи: статичні і динамічні. Статичний аналіз — це аналіз ситуації за допомогою вивчення структури взаємовпливу когнітивної карти. Аналіз впливів визначає чинники з найбільш сильним впливом на цільові показники, тобто чинники, значення яких потрібно змінити [13].

Для дослідження стану та розвитку медичної сфери в Україні було запропоновано когнітивну модель для імпульсного моделювання [14] та розробки сценаріїв управління щодо збільшення середньої очікуваної тривалості життя при народженні в Україні на основі статистичних даних, поданих у табл. 1.

Таблиця 1

Показники стану системи охорони здоров'я в Україні (побудовано автором)

Роки	$x_1$	$x_2$	$x_3$	$x_4$	$x_5$	$x_6$	$x_7$	$x_8$	$x_9$	$x_{10}$	$x_{11}$	$x_{12}$
2003	3	96,6	206	47,1	110,3	32585	2386	54	408,6	765,4	48003,5	68,2
2004	2,9	95,7	209,6	47,4	110,9	32573	2498	55	427,3	761,3	47622,4	68,22
2005	2,9	95,2	211,7	47,9	106,2	32912	2430	53	426,1	782,0	47280,8	68,22
2006	2,9	95,6	214	48,4	106,1	32240	2431	53	460,4	758,1	46929,5	67,96
2007	2,8	95,2	214,7	48,3	105,5	32807	2437	51	472,7	762,9	46646,0	67,8
2008	2,9	95,1	214,8	48,3	101,1	32467	2478	51	510,6	754,5	46372,7	68,1
2009	2,8	94,1	214,7	49,1	102,0	33032	2423	52	512,5	706,7	46143,7	68,2
2010	2,8	94	214,8	49,3	102,4	33080	2390	52	497,7	698,2	45962,9	68,25
2011	2,5	90,6	218,3	49,3	101,0	32381	2346	55	502,6	664,6	45778,5	71,02
2012	2,4	89,1	217,7	47,9	97,2	31162	2318	54	520,7	663,1	45633,6	71,15
2013	2,2	88	219,8	48,0	97,4	31024	2256	55	503,7	662,4	45553,0	71,37
2014	1,8	78,5	225,4	43,5	88,6	26881	1880	48	465,9	632,3	45426,2	71,37
2015	1,8	78,1	229,2	43,7	87,3	26789	1844	48	411,8	594,8	42929,3	71,38
2016	1,7	74,3	213,4	44,0	86,5	27361	1826	47	397,0	583,6	42760,5	71,68
2017	1,7	73,1	218,6	44,1	85,4	26615	1781	47	364,0	574,1	42584,5	71,98
2018	1,7	70,2	217,4	43,5	84,3	26552	1645	46	358,4	550,3	42483,2	71,70
2019	1,6	68,0	217,2	43,0	84,3	25435	1528	44	350,0	548,2	42380,7	72,01
2020	1,6	65,9	216,8	43,0	84,0	24864	1510	44	279,28	536,1	41,383	71,35

Примітки:  $x_1$  — кількість лікарняних закладів, тис. од.;  $x_2$  — кількість лікарняних ліжок на 10000 нас.;  $x_3$  — кількість відвідувань за зміну, на 10000 нас.;  $x_4$  — кількість лікарів усіх спеціальностей на 10000 нас.;  $x_5$  — кількість середнього медичного персоналу на 10000 нас.;  $x_6$  — кількість вперше зареєстрованих випадків, тис. осіб;  $x_7$  — хвороби системи кровообігу, тис. осіб;  $x_8$  — уроджені аномалії, тис. осіб;  $x_9$  — кількість живонароджених, тис. осіб;  $x_{10}$  — кількість померлих через хвороби, тис. осіб;  $x_{11}$  — наявне населення, тис. осіб;  $x_{12}$  — очікувана тривалість життя, роки.

Значення зв'язку між вершинами назначені на основі даних табл. 1 на основі кореляційного аналізу

Вибір вершин, на які подавалися імпульси виявлено у результаті аналізу q-зв'язності. У ході відбору факторів не враховувались фактори, які не мають сильного зв'язку із результативною ознакою. Тісний взаємозв'язок виявлено з факторами  $X_1, X_2, X_5, X_6, X_7, X_{10}, X_{11}$ , а саме — кількість лікар-

няних закладів, кількість лікарняних ліжок на 10000 населення, кількість середнього медичного персоналу на 10000 населення, кількість уперше зареєстрованих випадків (тис. осіб), хвороби системи кровообігу (тис. осіб), кількість померлих (тис. осіб), наявне населення (тис. осіб).

Таким чином отримано вихідні дані для когнітивного моделювання, які наведено у табл. 2.

Таблиця 2

Кореляційна матриця вихідних даних (побудовано автором)

Показник	$x_1$	$x_2$	$x_5$	$x_6$	$x_7$	$x_{10}$	$x_{11}$
$x_1$	1,000						
$x_2$	0,961	1,000					
$x_3$	-0,795	-0,643					
$x_4$	0,656	0,788					
$x_5$	0,968	0,957	1,000				
$x_6$	0,937	0,964	0,920	1,000			
$x_7$	0,898	0,971	0,897	0,968	1,000		
$x_8$	0,791	0,727	0,807	0,747	0,654		
$x_9$	0,000	0,212	-0,034	0,264	0,370		
$x_{10}$	0,939	0,945	0,942	0,879	0,897	1,000	
$x_{11}$	0,930	0,886	0,942	0,832	0,792	0,900	1,000
$Y$	-0,936	-0,879	-0,884	-0,835	-0,803	-0,922	-0,837

На основі цих даних побудовано когнітивну карту, яка наочно представляє взаємозв'язки між факторами. Когнітивна карта наведена на рис. 1.

Пунктирними лініями на карті позначені від'ємні значення коефіцієнтів кореляції, товстою стрілкою — тісні зв'язки (коефіцієнт кореляції між якими більший за 0,7).

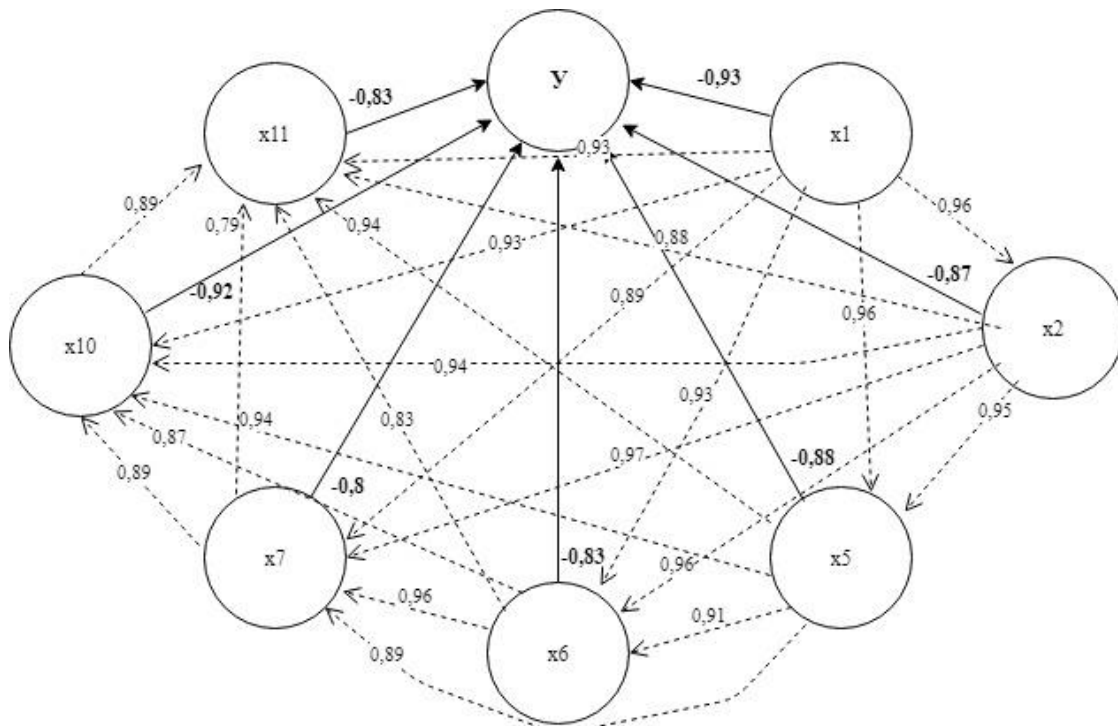


Рис. 1. Когнітивна карта показників системи охорони здоров'я України (побудовано автором)



На наступному етапі розробляємо сценарії розвитку медичної галузі, де показником якості надання медичних послуг обираємо середню тривалість життя населення в Україні. Показники, на які будемо подавати імпульси, є: кількість лікарняних закладів, кількість лікарняних ліжок на 10000 населення, кількість середнього медичного персоналу на 10000 населення. На основі імпульсного моделювання було розроблено п'ять сценаріїв.

До показників, які змінюються під час імпульсного моделювання відносяться: кількість лікарняних закладів, кількість лікарняних ліжок на 10000 населення, кількість середнього медичного персоналу на 10000 населення та провести аналіз за зміни хворих системи кровообігу. Отримані результати наведено на рис. 2.

За першим сценарієм, якщо ми збільшимо кількість лікарняних закладів (x1) на 23 %,

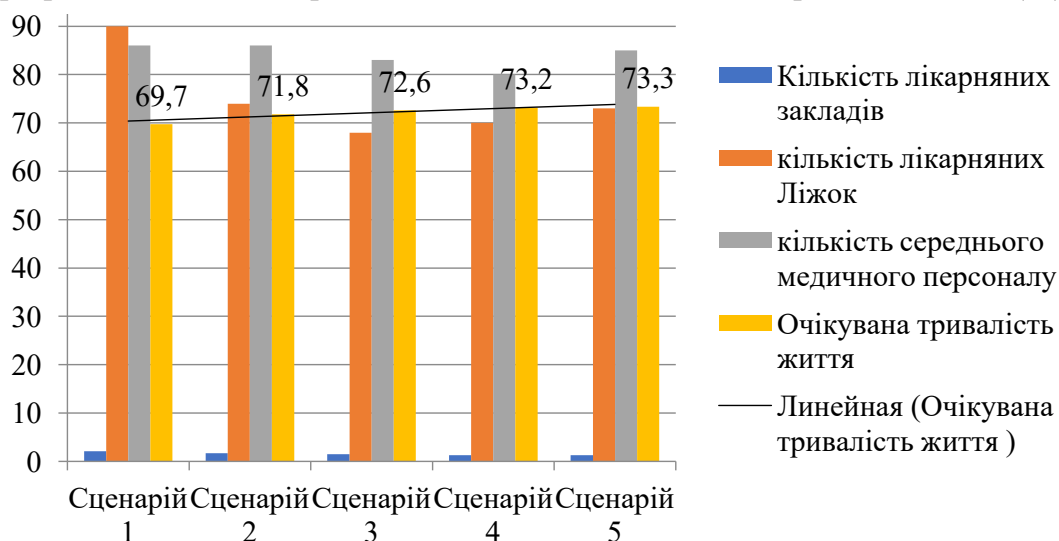


Рис. 2. Розвиток сценаріїв імпульсного моделювання для очікуваної тривалості життя (побудовано автором)

кількість лікарняних ліжок (x2) на 23,1 %, а кількість середнього медичного персоналу (x3) на 0,7 %, останні фактори залишаємо незмінними — очікувана тривалість життя зменшується на 2,2 роки і замість 71,9 років маємо очікувану тривалість життя — 69,7 років.

За другим сценарієм змінено такі фактори впливу, як кількість лікарняних ліжок та кількість усього середнього медичного персоналу. Збільшуємо на 1,3 % показник кількості лікарняних ліжок, а кількість середнього медичного персоналу на 0,7 % у результаті очікувана тривалість життя наближена до сучасного показника — 71,5 років.

За третім сценарієм фактор x1 збільшуємо на 8 %, x2 — на 6,9 %, а x3 — зменшуємо на 2,7 %. В результаті отримуємо показник — 72,5 років.

За четвертим сценарієм показниками, у яких вносяться зміни виступають ті ж фактори, що у першому сценарії — кількість лікарських закладів, лікарських ліжок та середнього медичного персоналу і зменшення їх на 23 %, 4,2 % та 6,2 % відповідно. Очікувана тривалість життя досягає 73,1 року.

У п'ятому сценарію зменшення показника x1 на 23 %, а x2 на 6,3 %, у результаті отримуємо очікуваний показник тривалості життя — 73,3 роки.

**Висновки.** Результатом імпульсного когнітивного моделювання було виявлено, що найкращих показників тривалості життя можна досягти за розвитком 5 сценарію, а саме зменшенню лікарських закладів на 23 %, а кількості лікарських ліжок на 6,3 %.

Досліджено статистичні показники стану здоров'я населення України, проаналізовано рівень захворювань в Україні порівняно з іншими країнами.

Обґрунтовано систему статистичних показників для імпульсного моделювання та використання кореляційного аналізу для дослідження взаємозв'язку між факторами для подальшої побудови когнітивної карти. Представлені результати дослідження щодо застосування когнітивних та імпульсних моделей в управлінні системою охорони здоров'я та можливих сценаріїв її розвитку. Доведено переваги застосування імпульсного моделювання в управлінні соціально-економічними

ми системами в умовах кризових явищ, що дозволяє оперативно реагувати на динамічні зміни у суспільному житті.

### Список літератури

1. Управління підприємницькою діяльністю в галузі охорони здоров'я : кол. моногр. / за ред. О. В. Баєвої, І. М. Солоненка. Київ : МАУП, 2007. 376 с.

2 Інституційна трансформація державного управління охороною здоров'я: Україна та іноземний досвід : колективна монографія / за ред. І. Л. Сазонця. Рівне : Волинські обереги, 2019. 396 с.

3. Мезенцева Н. І. Захворюваність та здоров'я населення в Україні: суспільно-географічний вимір : монографія. Київ : ДП «Прінт Сервіс», 2018. 136 с.

4. Громадське здоров'я як чинник національної безпеки: монографія / за ред. Н. О. Рингач. Київ: НАДУ, 2009. 296 с.

5. Кадієвський В. А. Когнітивне моделювання прийняття управлінських рішень на підприємстві. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту* : зб. наук. праць. 2016. №3. С. 48–56.

6. Закон України «Основи законодавства України про охорону здоров'я» № 2801-ХІІ від 19.11.1992 зі змінами від 07.10.2010. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2801-12>. (дата звернення: 29.11.2022).

7. Статут Всесвітньої організації охорони здоров'я. URL: [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995\\_599](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_599) (дата звернення: 29.11.2022).

8. Центр медичної статистики МОЗ України. URL: <http://medstat.gov.ua> (дата звернення: 29.11.2022).

9. Міністерство Охорони здоров'я. URL : <http://moz.gov.ua> (дата звернення: 29.11.2022).

10. Соціальні хвороби. URL: [http://vseslova.com.ua/word/Соціальні\\_хвороби-100391u](http://vseslova.com.ua/word/Соціальні_хвороби-100391u) (дата звернення: 29.11.2022).

11. Закон України Про захист населення від інфекційних хвороб № 1645-III, із змінами від 06. 09.2018. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1645-14#o5> (дата звернення: 29.11.2022).

12. Бюджет України в цифрах. URL : <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/09/15/665123> (дата звернення: 29.11.2022).

13. Єлісеєва О. К., Лижник Ю. Б. Статистичний аналіз та моделювання соціально-еко-

номічних процесів: монографія. Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2012. 216 с.

14. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 29.11.2022).

### References

1. Baieva, O. V. , Solonenko, I. M. (eds) (2007). *Upravlinnia pidpriemnytskoiu diialnistiu v haluzi okhorony zdorovia* [Management of entrepreneurial activity in the field of health care], Kyiv, MAUP Publ., 376 p.

2 Sazonets I. L. (ed.) (2019). *Instytutsiina transformatsiia derzhavnoho upravlinnia okhoronoiu zdorovia: Ukraïna ta inozemnyi dosvid* [Institutional transformation of state management of health care: Ukraine and foreign experience], Rivne, Volynski oberehy Publ., 396 p.

3. Mezentseva, N. I. (2018). *Zakhvoriuvanist ta zdorovia naseleunia v Ukraini: suspilno-heohrafichniy vymir* [Morbidity and health of the population in Ukraine: socio-geographic dimension], Kyiv, DP «Print Servis» Publ., 136 p.

4. Rynhach, N. O. (2009). *Hromadske zdorovia yak chynnyk natsionalnoi bezpeky* [Public health as a factor of national security]. Kyiv, NADU Publ., 296 p.

5. Kadiievskiy, V. A. (2016). *Kohnityvne modeliuвання pryiniattia upravlinskykh rishen na pidpriemstvi* [Cognitive modeling of management decision-making at the enterprise]. *Naukovyi visnyk Natsionalnoi akademii statystyky, obliku ta audytu: zb. nauk. prats* [Scientific Bulletin of the National Academy of Statistics, Accounting and Auditing: coll. of science works], no. 3. pp. 48–56.

6. The Verkhovna Rada of Ukraine (2010), Law of Ukraine Basics of the legislation of Ukraine on health care. Available at: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2801-12>. (Accessed 29 November 2022).

7. *Statut Vsesvitnoi orhanizatsii okhorony zdorovia* [Constitution of the World Health Organization]. Available at: [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995\\_599](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_599). (Accessed 29 November 2022).

8. *Tsentr medychnoi statystyky MOZ Ukrainy* [Center for Medical Statistics of the Ministry of Health of Ukraine]. Available at: <http://medstat.gov.ua>. (Accessed 29 November 2022).

9. *Ministerstvo Okhorony zdorovia* [Ministry of Health]. Available at : <http://moz.gov.ua>. (Accessed 29 November 2022).

10. *Sotsialni khvoroby* [Social diseases]. Available at: [http://vseslova.com.ua/word/Sotsialni\\_khvoroby-100391u](http://vseslova.com.ua/word/Sotsialni_khvoroby-100391u). (Accessed 29 November 2022).
11. The Verkhovna Rada of Ukraine (2018), Law of Ukraine On the Protection of the Population from Infectious Diseases. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1645-14#o5>. (Accessed 29 November 2022).
12. *Biudzheth Ukrainy v tsyfrakh* [Budget of Ukraine in numbers]. Available at: <https://www.eprav-da.com.ua/rus/publications/2020/09/15/665123>. (Accessed 29 November 2022).
13. Yeliseieva, O. K., Lyzhnyk, Yu. B. (2012). *Statystychnyi analiz ta modeliuvannia sotsialno-ekonomichnykh protsesiv* [Statistical analysis and modeling of socio-economic processes], Dnipropetrovsk, Nauka i osvita Publ., 216 p.
14. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy* [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua>. (Accessed 29 November 2022).

**Objective.** *The objective of the study is to analyze the current state of health of the population of Ukraine based on a system of indicators that reflect the quality of the provision of medical services, to perform impulse modeling of the indicators of the health care system of Ukraine and to develop scenarios for the management of the medical industry of Ukraine.*

**Methods.** *Historical, logical and system-structural approaches to the analysis of the medical industry of Ukraine. Modern methods of data modeling analysis are used, including correlation analysis, analysis of cause and effect relationships, impulse cognitive analysis, etc. The work uses information and analytical products, among which MS Excel is noted. The information base of the study is scientific works of domestic and foreign scientists, Laws of Ukraine, resolutions of the Cabinet of Ministers of Ukraine, regulations and statistical materials of the State Statistics Service of Ukraine, the World Data Bank, Eurostat and the Center for Health Statistics of Ukraine, research and analytical materials, Internet resource.*

**Results.** *The statistical indicators of medical reporting and their classifiers of medical care of the population of Ukraine were studied, a comparative analysis of the budgets of the European Union and Ukraine and country ratings by the indicator of the level of health care expenses per person was made, as well as the average life expectancy of the population in Ukraine was analyzed.*

*The system of statistical indicators for impulse modeling, the use of correlation analysis to study the relationship between influential factors and to build a cognitive map are substantiated. The results of the application of impulse models in the management of the health care system and possible scenarios of its development were obtained. The advantages of using impulse modeling in the management of socio-economic systems in the conditions of crisis phenomena, which allows to quickly respond to dynamic changes in social life, have been proven.*

*As a result of impulse cognitive modeling, it was found that the best indicators of life expectancy can be achieved by the development of scenario 5, namely, the reduction of medical institutions by 23 %, and the number of medical beds by 6.3 %.*

**Key words:** *management theory, cognitive, impulse models, classification, health care, development scenarios, cognitive map.*

**Надійшла до редакції 28.11.2022**

DOI : 10.33274/2079-4762-2022-52-2-52-58

JEL : L10

УДК 338.001.36

**Клевцов Є. Г.,**  
асистентДонецький національний університет економіки і торгівлі  
ім. М. Туган-Барановського  
Кривий Ріг, Україна,  
e-mail: klevcov\_eg@donnuet.edu.ua**Філіппова О. Ю.,**  
магістрант

e-mail: fillipova@donnuet.edu.ua

**ДІЯЛЬНІСТЬ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

UDC 338.001.36

**Klievtsov Ye. G.,**  
Assistant ProfessorMykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk National University of  
Economics and Trade, Kryvyi Rih, Ukraine  
e-mail: klevcov\_eg@donnuet.edu.ua**Filippova O. Yu.,**  
Master

e-mail: fillipova@donnuet.edu.ua

**RESTAURANT BUSINESS ACTIVITY IN UKRAINE UNDER THE CONDITIONS  
OF MARITAL STATE**

**Мета.** Метою статті було дослідження діяльності ринку ресторанного бізнесу в Україні в умовах воєнного часу, можливості функціонування ресторанного бізнесу в умовах воєнного стану, визначення основних факторів впливу на ситуацію, аналіз наслідків повномасштабного вторгнення на діяльність закладів ресторанного бізнесу, а також визначення ключових факторів впливу, що допоможуть закладам ресторанного бізнесу втриматися на ринку і забезпечити відповідну конкурентоспроможність, щоб втриматися на ринку ресторанних послуг.

**Методи.** При дослідженні функціонування ринку ресторанного бізнесу України останніх років використовувалися такі емпіричні та теоретичні методи дослідження як:

Спостереження — за динамікою розвитку ресторанного бізнесу України для виявлення змін.

Дедукація — для виявлення факторів, що впливають на діяльність ресторанного бізнесу.

Аналіз — визначення причин впливу отриманих факторів на ринок ресторанного бізнесу.

Порівняння — для визначення результатів впливу отриманих факторів на функціонування ринку ресторанних послуг.

**Результати.** Було досліджено динаміку діяльності підприємств роздрібною торгівлі, зокрема ресторанного бізнесу. Результати досліджень демонструють різкий спад підприємств роздрібною торгівлі, що, в порівнянні лютого 2022 року (до воєнної інтервенції) по червень 2022 року, збитки склали 11011,2 млн гривень, що дорівнює 13,9 %, а в особливості ресторанного бізнесу, як основні фактори впливу були виділені масову еміграцію українців, диверсифікацію витрат громадян і втрата робочих місць українцями. Було визначено області в яких ресторанний бізнес постраждав найбільше і в яких зазнав найменших втрат.

**Ключові слова:** ресторанний бізнес України, заклад ресторанного господарства, громадське харчування, ринок ресторанних послуг, ресторанний бізнес в час воєнного стану, підприємства роздрібною торгівлі.

**Постановка проблеми.** На сьогоднішній день криза, яка пов'язана з повномасштабним вторгненням в Україну стала найбільшим викликом для закладів харчування в країні, що і призвело до закриття більшості закладів ресторанного господарства і як результат — до банкрутства. Дивлячись на такі умови заклади

харчування шукають та знаходять шляхи вирішення цієї проблеми. Ресторанний бізнес є одним з сфер економіки на міжнародному рівні.

Ситуація яка склалася на сьогоднішній день спонукає заклади харчування адаптуватися до наявних умов, враховуючи ризики та загрози які можуть, через війну погіршитися,

зорієнтувати увагу на потребах споживачів та на трендах в індустрії гостинності. Якщо під час пандемії споживачі боялися відвідувати заклади ресторанного господарства, тому що могли захворіти, то після повномасштабного вторгнення кількість клієнтів зменшилася ще більше ніж у період пандемії. Через відсутність роботи, відтік населення, постійні обстріли та падіння зарплат призвело до того, що українці не в змозі повернутися в повному масштабі до колишніх звичок, у тому числі відвідувати ресторани, кафе бари і т. д. Пріоритетні напрямки, які важливі для розвитку ресторанної індустрії є ступінь техніко-економічного аналізу послуг представлених ресторанним закладом та забезпечення напрямків ресторанної індустрії, щоб вона була зорієнтована на реалізацію поставлених цілей та механізмів знаходження для їх досягнення

**Аналіз досліджень та публікацій.** Вітчизняні діячі і науковці які зробили внесок щодо особливостей розвитку ресторанного бізнесу — це Л. Нечаюк, О. Головка, О. Юрченко, Г. Круль, О. Борисова та ін. С. Е. Баженова, Ю. Ю. Пологовська, І. Г. Канцур визначають, що політична та економічна нестабільність яка присутня в Україні, військова агресія з боку ворога позначаються негативно на динаміці розвитку, тому для вирішення таких проблем потрібно впроваджувати проекти та програми щодо підтримки готельно-ресторанної індустрії зі боку організацій на міжнародному рівні.

**Виклад основного матеріалу.** 24 лютого 2022 року відбулося повномасштабне вторгнення Російської Федерації в Україну, в той же день Президент Володимир Зеленський підписав Указ № 64/2022 «Про введення воєнного стану в Україні», воєнний стан запроваджується з 5:30 24 лютого 2022 року і триває до грудня 2022 року, з можливим його подальшим продовженням [1].

Військова інтервенція поставила під загрозу всю економічну діяльність України, в тому числі і ресторанна галузь країни.

Жоден заклад харчування не був готовий до роботи в таких умовах. В деяких закладах працювала доставка їжі, але вона не могла покрити всіх збитків, які понесли заклади ресторанної індустрії.

Ресторанний бізнес як такий (тобто діяльність ресторанів та кафе) охоплюється по наших нормативах ширшим поняттям

ресторанного господарства (синонім — громадське харчування), що включає, зокрема, фабрики-кухні, ресторани, бари, кафе, магазини кулінарних виробів тощо (п. 1.5 Правил №219). Згідно з п. 1.3 Правил №219, ресторанне господарство — це вид економічної діяльності суб'єктів господарства з надання послуг із задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього [2; 14].

І оскільки продукція ресторанів, як і куповані товари, продається безпосередньо споживачам, робиться це так, як у роздрібній торгівлі взагалі. Згідно з ч. 1 ст. 698 ЦКУ, за договором роздрібної купівлі-продажу продавець, що здійснює підприємницьку діяльність з продажу товарів, зобов'язується передати покупцеві товар, який зазвичай призначається для особистого, домашнього чи іншого використання, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю, а покупець — прийняти товар та оплатити його. Договір роздрібної купівлі-продажу є публічним (ч. 2 ст. 698 ЦКУ), тобто договором, в якому одна сторона — підприємець — узяла на себе зобов'язання здійснювати продаж товарів, виконання робіт чи надання послуг кожному, хто до неї звернеться (роздрібна торгівля, готельне обслуговування тощо) (ч. 1 ст. 633 ЦКУ) [2].

За даними статистичної служби України втрати підприємств роздрібної торгівлі склали 27 273 млн грн. Більш детально побачити дані можна в табл. 1.

Дані державної служби статистики України свідчать про те, що роздрібна торгівля понесла тяжкі збитки через воєнну інтервенцію. В порівнянні лютого 2022 року (до воєнної інтервенції) по червень 2022 року, збитки склали 11011,2 млн гривень, що дорівнює 13,9 %, що не є кінцевим показником року, оскільки воєнні дії продовжуються, а країна-агресор руйнує критичну інфраструктуру від якої залежить діяльність всього спектру ринку ресторанного бізнесу.

Як зазначала Юлія Савостіна — лідерка проекту Made in Ukraine: «Станом на зараз, близько 40 % всіх малих та середніх бізнесів закрились. До кінця року ми очікуємо, що ця цифра виросте до 50 %» [4].

Андрій Магалецький каже, що термін стратегічного планування у більшості ресторанів зараз — не більше тижня, а для деяких — 2–3 дні. Основна комерційна задача

Таблиця 1

Дані державної служби статистики України про «Оптовий та роздрібний товарооборот підприємств оптової та роздрібною торгівлі» за січень-червень 2022 р. (складено на основі [3])

Показник	Місяці 2022 року з січня по червень					
	Січень 2022р./ January 2022	Лютий 2022р./ February 2022	Березень 2022р./ March 2022	Квітень 2022р./ April 2022	Травень 2022р./ May 2022	Червень 2022р./ June 2022
<b>Індекс фізичного обсягу обороту роздрібною торгівлі</b>						
До відповідного періоду попереднього року	118,0	108,2	63,7	67,3	70,4	69,9
До попереднього місяця	81,5	92,8	66,1	99,4	111,6	101,2
Роздрібний товарооборот підприємств роздрібною торгівлі (юридичних осіб), млн. грн	89294,3	84157,6	56884,6	59490,9	69577,7	73146,4
<b>Індекс фізичного обсягу роздрібною товарообороту (у порівнянних цінах), %</b>						
До відповідного періоду попереднього року	114,4	104,4	59,6	62,1	67,6	68,8
До попереднього місяця	79,3	92,4	64,0	100,8	113,3	101,6

для бізнесу — вижити, адже деякі заклади було знищено фізично [4].

Співзасновниця Національної ресторанної асоціації України Ольга Насонова каже, що: «Ринок зменшився приблизно на 25 % порівняно з лютим 2022 року. У деяких областях падіння ринку становило понад 50 % (Харківська, Миколаївська, Запорізька, Луганська області), у Київській, Одеській, Дніпропетровській областях — падіння до 30 %» [5].

З кожним днем робота закладів харчування, що повертаються на ринок ресторанного бізнесу зростає. На разі в країні працюють заклади в тих районах країни, де не йдуть активні бойові дії. Наприклад, в Івано-Франківській області працює 72 % закладів, в Закарпатській області працює 84 % закладів, а от в Київській області відкрито всього на всього 16 %. Таким чином заклади ресторанного господарства намагалися й намагаються переорієнтуватися на нові умови ведення бізнесу в ресторанній індустрії. Адаптована стратегія кожного закладу харчування є унікальною, проте кожна з них є схожою між собою, тому що застосовують схожі методи реорганізації діяльності. Більша кількість закладів ресторанного господарства відновили свою роботу — це приблизно 81 %, окрім областей де ведуться активні бойові дії [6].

Через такі умови ресторанна індустрія вимушена була змінити свій формат роботи зі споживачами. Були запроваджені нові пропозиції для відвідувачів задля їхньої безпеки та підтримки іміджу свого закладу.

За перші дні повномасштабної війни заклади ресторанного господарства почали закриватися для простого населення, але для військових та нужденних були відкриті деякі заклади, які надавали послуги харчування. Їжу готують для людей які втратили домівку через ракетні удари, для військових та лікарів. Послуга харчування для таких соціальних груп населення надається безкоштовно.

Важкий стан ресторанного бізнесу в Україні можна пояснити тим, що через військову інтервенцію звичний режим життя українців був змінений, оскільки за офіційними даними Україну вимушено покинуло 11,7 млн українців, що становить майже третину від всього населення країни.

«Споживачі — це всі ми» — саме таке значення цьому терміну надавав 35-й президент Сполучених Штатів Америки Джон Фіцджеральд Кеннеді, що є узагальненою істиною, оскільки кожен громадянин може стати тією особою, яка буде купувати товари чи послуги. Це може бути через день, тиждень або роки. Тому кожен громадянин для

підприємства має бути потенційним споживачем [7].

На кінець травня 2022 року в Україні закрилися 37% закладів громадського харчування. Сектор втратив до 60% працівників, а прибутки скоротилися в половину або й більше. «На жаль, великі підприємства стали мішенями для обстрілів, тож у майбутньому буде потрібна децентралізація стратегічних запасів. Окрім того, значну частину врожаю не вдалося зібрати чи вона взагалі була знищена через замінування, бойові дії тощо», — зазначає представниця ГО «Національна асоціація громадського харчування» Марія Флейчук [8].

Майже з перших днів війни в Україні заклади ресторанного господарства на чолі з волонтерами почали готувати обіди, попит на які був значним. На сьогоднішній день українська ресторанна Асоціація працює з 70 закладами, які займаються приготуванням волонтерськими обідами [9]. Кожного дня готують приблизно 15 тисяч порцій. Однією з головних проблем з якою стикаються заклади харчування — це нестача кадрів.

Таким чином можна зазначити, що воєнна інтервенція російської федерації лишила ринок ресторанного бізнесу України 27,7 % від своїх потенційних споживачів.

Важкий стан ресторанного бізнесу України також погіршений тим, що в Україні через воєнні дії багато тисяч українців лишилися заробітку, через що були вимушені диверсифікувати свої витрати зосередившись лише на найбільш важливих для життя товарів.

У перші два тижні війни продукти у заклади харчування надходили безкоштовно від волонтерських рухів, але потім люди почали передавати продукти харчування на безкоштовній основі не так активно як в перші дні війни, через що робітники Асоціації почали шукати фінансову допомогу ззовні. Кілька великих організацій та партнери Європейського союзу одразу ж підтримали українську Асоціацію [9].

На сьогоднішній день заклади ресторанного господарства які входили до Асоціації почали працювати на середній чек та виплачувати заробітну плату своїм працівникам, так як вони працювали на волонтерських засадах.

За даними системи обліку для ресторанів Poster, українські ресторатори у квітні робили вибір на користь невеликих та більш гнучких форматів: кав'ярень, кафе, пекарень та фастфуду. Найгіршу динаміку

відкриттів у квітні-травні показали бари. Якщо нових кав'ярень та кафе в цей період стало тільки вдвічі менше, ніж у минулому, то кількість нових барів впала в 4 рази, зокрема, через заборону продажу алкоголю в багатьох регіонах [10; 12].

У воєнний час найбільшим форматом стали пекарні, кав'ярні та кіоски зі швидким харчуванням. Адже такі формати не вимагають великих інвестицій при запуску [10].

На сьогодні важко передбачити точний вплив який матиме війна ресторану індустрію України, оскільки непередбачений розвиток призводить до тенденцій які є очевидними.

Для роботи закладу ресторанного господарства в умовах кризи потребують перегляду продуктиві складові. Причому пріоритетними є продаж на виніс та доставка. Меню закладів харчування повинне бути активізоване з урахуванням певних чинників:

- забезпечення зручної тари та упаковки для транспортування;
- цінова конкуренція;
- термін приготування блюд;
- спосіб доставки на вибір;
- оптимізоване меню [11].

В «Українській ресторанній Асоціації» вважають, що порівняно з багатьма містами України добре почувається ресторанний бізнес у Чернівцях, Львові, Івано-Франківську. У цих містах справи краще ніж у центральній, східній та південній частинах країни [13].

Це пояснюється тим, що в Україні з 24 лютого в Україні зареєстрували майже 3,5 млн внутрішньо переміщених осіб, які евакуювалися до західних областей України, з міркувань безпеки [15].

**Висновки.** Ресторанний сектор через ескалацію російсько-української війни у 2022 р. переніс колосальний удар, водночас значній частині інституцій вдалося адаптувати або перемістити бізнес в нинішніх умовах.

Було досліджено динаміку діяльності підприємств роздрібної торгівлі, зокрема ресторанного бізнесу.

У роботі проаналізовано сучасний стан підприємств ресторанного господарства на ринку. У майбутньому бізнес повинен орієнтуватися на сучасні стратегії розвитку ресторану за напрямками роботи з персоналом, маркетингу та підвищення санітарії та безпеки умови в закладах.

Результати досліджень демонструють різкий спад підприємств роздрібної торгівлі, а в особливості ресторанного бізнесу, як основні фактори впливу були виділені масову еміграцію українців, диверсифікацію витрат громадян і втрата робочих місць українцями.

Адаптація до складних умов ведення бізнесу допоможе оптимізувати роботу в посткризовий період. Перспективними в цьому напрямку є такі вивчення тактики ресторанного господарства в регіональному аспекті та в різних форматах ресторану. Формування поведінки менеджерів ресторану та впровадження тактичних прийомів і прийомів щодо проектування та контролю бізнес-процесів ресторанного господарства дасть можливість підтримувати конкурентоспроможність та клієнтоорієнтовність, а використання інноваційних технологій управління та цифрових рішень забезпечить реалізацію стратегічних можливостей, ефективне управління операційною діяльністю та забезпечить розподіл ресторанні послуги.

#### Список літератури

1. Президент підписав указ про запровадження воєнного стану в Україні, Верховна Рада його затвердила. Офіційне інтернет-представництво Президента України: веб-сайт. Available at: [www.president.gov.ua](http://www.president.gov.ua). (дата звернення: 10.12.2022)..

2. Дебет-кредит. Журнали online: інтернет-видання. Available at: [online.dtki.ua/](http://online.dtki.ua/) (дата звернення: 10.12.2022).

3. Державна служба статистики України. Available at: [ukrstat.gov.ua](http://ukrstat.gov.ua). (дата звернення: 10.12.2022).

4. Ринок HoReCa під час війни: поточний стан та ключові тенденції. Воркс Україна. Available at: [voxukraine.org](http://voxukraine.org). (дата звернення: 10.12.2022).

5. Ресторанний бізнес під час війни: де найбільш інтенсивно відкриваються нові заклади. 24-Бізнес. Available at: [24tv.ua](http://24tv.ua). (дата звернення: 10.12.2022).

6. Роїк О. Р., Маліш В. Особливості розвитку ресторанного бізнесу в Україні в умовах воєнного стану. Економіка та управління національним господарством. № 66. 2022. С. 77–92.

7. Пронь С. Стиль управління президента Джона Кеннеді: бажані уроки для сучасної

України. Американська історія та політика. 2016. № 2. С. 92–98.

8. Як український ресторанний бізнес адаптується до викликів війни: дослідження. Бізнес-район. Available at: [business.rayon.in.ua](http://business.rayon.in.ua). (дата звернення: 10.12.2022).

9. Національна ресторанна асоціація України Available at: [nraua.org/news](http://nraua.org/news). (дата звернення: 24.05.2022).

10. Сиванич А. В. Бізнес-ідеї в умовах воєнного часу: як відновити ресторанний бізнес. Collection of scientific papers «ЛОГОΣ» August 12, 2022; Zurich, Switzerland (2022): С. 20–21.

11. Босовська М., Бовш Л., Антонюк І. Ресторанні тактики: антипандемічний кейс. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2021. № 2 С. 113–132.

12. Poster. Available at: [joinposter.com](http://joinposter.com). (дата звернення: 10.12.2022).

13. Ресторанний бізнес у воєнний час: яка їжа, приміщення та в яких містах користуються попитом. Available at: [delo.ua/uk/business](http://delo.ua/uk/business). (дата звернення: 10.12.2022).

14. Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства: Наказ від 24.07.2002 №219. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02#Text>. (дата звернення: 10.12.2022).

15. Із 24 лютого в Україні зареєстрували майже 3,5 млн внутрішньо переміщених осіб. Available at: [lb.ua](http://lb.ua). (дата звернення: 10.12.2022).

#### References

1. *Prezydent pidpysav ukaz pro zaprovadzhennya voyennoho stanu v Ukraini* [The President signed a decree on the introduction of martial law in Ukraine]. *Verkhovna Rada yoho zatverdyla* [The Verkhovna Rada approved it]. *Ofitsiyne internet-predstavnytstvo Prezidenta Ukrainy* [Official Internet representation of the President of Ukraine]. Available at: [www.president.gov.ua](http://www.president.gov.ua). (Accessed 10 December 2022).

2. *Debit-credit. Zhurnaly online: internet-vydannya* [Magazines online: online publications]. Available at: [online.dtki.ua](http://online.dtki.ua). (Accessed on 10 December 2022).

3. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy* [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: [ukrstat.gov.ua](http://ukrstat.gov.ua). (Accessed on 10 December 2022).

4. *Rynok HoReCa pid chas viyny: potochnyy stan ta klyuchovi tendentsiyi* [HoReCa market



during the war: current state and key trends]. *Vork Ukrayina* [Works Ukraine]. Available at: voxukraine.org. (Accessed on 10 December 2022).

5. *Restorannyi biznes pid chas viyny: de naybil'sh intensyvno vidkryvayut'sya novi zaklady* [Restaurant business during the war: where new establishments were opened most intensively]. 24-Business. Available at: 24tv.ua. (Accessed on 10 December 2022).

6. Roik, O. R., Malish, V. (2022). *Osoblyvosti rozvytku restorannoho biznesu v Ukrayini v umovakh voyennoho stanu* [Peculiarities of restaurant business development in Ukraine under martial law]. *Ekonomika i upravlinnya nacional'nym hospodarstvom* [Economy and management of the national economy]. no. 66. pp. 77–92.

7. Pron, S. (2016). *Styl upravlinnya prezydenta Dzhona Kennedi: bazhani uroky dlia suchasnoi Ukrainy* [President Kennedy's style of governance: desirable lessons for modern Ukraine] *Amerykanska istoriia ta polityka* [American history and politics], no. 2, pp. 92–98.

8. *Yak ukrayins'kyi restorannyi biznes adaptuyet'sya do vyklykiv viyny: doslidzhennya* [How the Ukrainian restaurant business adapts to the challenges of war: research]. *Biznes-rayon* [Business district]. Available at: business.rayon.in.ua. (Accessed on 10 December 2022).

9. *Natsional'na restoranna asotsiatsiya Ukrainy* [National Restaurant Association of Ukraine]. Available at: nraua.org/news. (Accessed on 10 December 2022).

**Objective.** *The objective of the article is to study the activity of the restaurant business market in Ukraine in wartime conditions, the possibility of the operation of the restaurant business in the conditions of martial law, the determination of the main factors influencing the situation, the analysis of the consequences of a full-scale invasion on the functioning of restaurant business establishments, as well as the identification of key influencing factors that will help restaurant business establishments to stay on the market and ensure appropriate competitiveness in order to stay on the market of restaurant services.*

**Methods.** *When studying the functioning of the restaurant business market of Ukraine in recent years, such empirical and theoretical research methods were used as:*

*Observation — on the dynamics of development of the restaurant business of Ukraine to identify changes.*

*Deduction — to identify factors affecting the functioning of the restaurant business.*

*Analysis — determination of the reasons for the impact of the received factors on the restaurant business market.*

*Comparison — to determine the results of the influence of the received factors on the functioning of the restaurant services market.*

**Results.** *The dynamics of retail trade enterprises, in particular the restaurant business, were studied. The results of the research show a sharp decline in retail trade enterprises, which, in comparison with February 2022 (before the military intervention) to June 2022, the losses amounted to 11,011.2 million hryvnias, which is equal to 13.9 %, and in particular, the restaurant business, as the main factors of influence were highlighted mass emigration of Ukrainians, diversification of citizens' expenses and loss of jobs by Ukraini-*

10. Sivanich, A. V. (2022) *Biznes-ideyi v umovakh voyennoho chasu: yak vidnovyty restorannyi biznes* [Business ideas in wartime conditions: how to restore the restaurant business]. Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ» August 12; Zurich, Switzerland, pp. 20–21.

11. Bosovska, M., Bovsh, L., Antonyuk, I. (2021). *Restoranni taktyky: antypandemichnyy keys* [Restaurant tactics: an anti-pandemic case]. *Zovnishnya torgivlya: ekonomika, finansy, pravo* [Foreign trade: economy, finance, law], no. 2, pp. 113–132.

12. Poster. Available at: joinposter.com. (Accessed on 10 December 2022).

13. *Restorannyi biznes u voyennyi chas: yaka yizha, prymishchennya ta v yakykh mistakh korystuyut'sya popytom* [Restaurant business in wartime: what food, premises and in which cities are in demand]. Available at: delo.ua/uk/business. (Accessed on 10 December 2022).

14. *Pro zatverdzhennya Pravyl roboty zakladiv (pidpryyemstv) restorannoho hospodarstva: Nakaz vid 24.07.2002 №219* [On the approval of the Rules of operation of establishments (enterprises) of the restaurant industry: Order dated 07.24.2002 no. 219]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02#Text>. (Accessed on 10 December 2022).

15. *Iz 24 lyutoho v Ukrayini zareyestruvaly mayzhe 3,5 mln vnutrishn'o peremishchenykh osib* [Since February 24, almost 3.5 million internally displaced persons have been registered in Ukraine]. Available at: lb.ua. (Accessed on 10 December 2022).

ans. It was determined the areas in which the restaurant business suffered the most and in which it suffered the least losses.

**Key words:** restaurant business in Ukraine, restaurant business establishment, public catering, restaurant services market, restaurant business during martial law, retail trade enterprises.

Надійшла до редакції 12.12.2022

DOI : 10.33274/2079-4762-2022-52-2-58-66

JEL : G12, G14

УДК 336.761

**Лижник Ю. Б.,**  
старший викладач

Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна,  
e-mail: lyzhnyk\_ub@donnuet.edu.ua

**Федотова Т. А.,**  
канд. екон. наук,  
доцент

e-mail: fedotova@donnuet.edu.ua

### ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНІЧНОГО ТА ФУНДАМЕНТАЛЬНОГО АНАЛІЗУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ УКРАЇНСЬКИХ ЕМІТЕНТІВ

UDC 336.761

**Lyzhnyk Yu. B.,**  
Senior Lecturer

Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk National University  
of Economics and Trade, Krivyi Rih, Ukraine,  
e-mail: lyzhnyk\_ub@donnuet.edu.ua

**Fedotova T. A.,**  
PhD in Economic Sciences,  
Associate Professor

e-mail: fedotova@donnuet.edu.ua

### PECULIARITIES OF THE APPLICATION OF TECHNICAL AND FUNDAMENTAL ANALYSIS OF SECURITIES OF UKRAINIAN ISSUERS

**Мета.** Метою статті є дослідити специфічні особливості функціонування українського ринку цінних паперів зокрема його біржового сектору, окреслити його основні відмінності від світових фондових ринків, визначити особливості застосування інструментарію технічного і фундаментального аналізу цінних паперів до акцій українських емітентів та оцінити стан українського фондового ринку в умовах війни.

**Методи.** Під час проведеного дослідження було використано наступні методи: діалектичний метод пізнання процесів і явищ (для аналізу особливостей та стану розвитку фондового ринку України); графічний (для відображення тенденцій зміни біржових індексів); методи технічного аналізу (побудову MACD-гістограм; побудову Price Oscillator (OSC); розрахунок індексу відносної сили RSI) та фундаментального аналізу (багатофакторне прогнозування ціни акції); абстрактно-логічний метод (для формування результатних висновків дослідження).

**Результати.** В результаті проведеного дослідження особливостей функціонування українського ринку цінних паперів зокрема його біржового сектору, було з'ясовано, що обсяг торгівлі акціями та похідними фондовими деривативами займає менше 2% угод від усього фондового ринку України, більша частина якого проходиться на торгівлю облігаціями, переважно на операції з облігаціями внутрішніх державних позик.

Специфічна ситуація склалася на українському фондовому ринку після початку війни: були припинені котирування акцій українських емітентів та «заморожено» обидва біржові індекси. Майже півроку український фондовий ринок існував лише як ринок державних облігацій, в тому числі ринок військових облігацій. Лише з серпня 2022 р. відновилися котирування акцій українських емітентів

© Ю. Б. Лижник, Т. А. Федотова, 2022

на Українській біржі. Обсяг торгівлі облигаціями зазнав зменшення через війну, але не критичного, проте обсяг торгівлі акціями українських емітентів зменшився майже в 5 разів.

З урахуванням специфіки та особливостей ринку цінних паперів українських емітентів найбільш доцільно застосовувати поєднання підходів фундаментального аналізу та технічного аналізу, але в умовах високої волатильності фондового ринку під час війни кращі результати забезпечують саме методи технічного аналізу. Були запропоновані багатофакторні прогнозні регресійні та авторегресійні моделі для прогнозування ціни акції BAVL.

**Ключові слова:** технічний аналіз, фундаментальний аналіз, акції, облигації, ринок цінних паперів, фондовий ринок, фондові біржі, емітенти цінних паперів, війна.

**Постановка проблеми.** Після перемоги Україні будуть дуже необхідні додаткові інвестиції для відновлення українських підприємств та економіки в цілому. Для фінансування інвестицій доречно було б спрямувати активи іноземних інвесторів, інвестиційних фондів та недержавних пенсійних фондів.

Фондовий ринок є важливим буфером для формування та використання інвестиційних ресурсів. Головною передумовою його сталого розвитку та ефективного функціонування є розповсюджена мережа фондових бірж, високий рівень довіри підприємств та учасників бірж до інструментів фондового ринку [1].

Український ринок протягом всього свого існування відрізняється помітно меншою кількістю цінних паперів та значно меншим обсягом торгів — порівняно зі світовими аналогами, що помітно ускладнює застосування інструментарію технічного та фундаментального аналізу цінних паперів до акцій українських емітентів.

Причому ця проблема існує як на українських біржах цінних паперів, так і при котируванні цінних паперів українських емітентів на світових біржах, де цінні папери українських емітентів представлені ще в більш обмеженій кількості - на Варшавській та Лондонській фондових біржах. На інших світових фондових біржах акції українських емітентів взагалі або не мають регулярних котирувань, або не допущені до торгів.

Особлива ситуація склалася на українському фондовому ринку з початком війни. Починаючи з 24 лютого були припинені котирування акцій українських емітентів та невдовзі «заморожено» обидва біржові індекси. До початку серпня 2022 р. український фондовий ринок існував лише як ринок державних облигацій, в тому числі ринок військових облигацій. Але з серпня 2022 р. відновилися котирування акцій українських емітентів на Українській біржі і знову почав обчислюватися та оцінюватися її індекс.

Таким чином, ринок цінних паперів українських емітентів відрізняється низкою особливих характеристик, які не властиві іншим фондовим ринкам. Також функціонування фондового ринку за умови війни є унікальною ситуацією в сучасній світовій практиці.

Саме це зумовлює необхідність подальших досліджень стану та динаміки ринку цінних паперів українських емітентів і визначення напрямів застосування інструментарію технічного та фундаментального аналізу до цінних паперів українських емітентів.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питаннями функціонування та розвитку ринку цінних паперів як одного із найбільш важливих напрямів покращення економічно-інвестиційного клімату в країні приділяли і приділяють увагу ряд вітчизняних і зарубіжних вчених, зокрема: А. Даніленко, О. Барановський, В. Гейць, А. Мороз, О. Мозговий, В. Базилевич, Дж. Долан, З. Варналій, В. Корнеєв, О. Василик, К. Форбс, Л. Алексеєнко, В. Оскольський та ін.

Дослідженню діяльності фондових бірж і забезпеченню їх розвитку присвячені праці багатьох науковців. Зарубіжні вчені економісти Р. Глен Габбард, Л. Роберт та І. Гісан та ін. запропонували механізм пришвидшення розвитку біржової торгівлі в країнах, що розвиваються.

Проблеми ефективності функціонування бірж цінних паперів досліджували такі вітчизняні науковці, як К. С. Калинець, С. В. Захарін, Н. П. Резнік, В. П. Хомаківська, М. О. Солодкий, Р. М. Безус, О. Д. Данілов, М. В. Козоріз та ін.

Необхідність проведення аналізу цінних паперів перед прийняттям інвестиційних рішень доводиться в багатьох працях провідних науковців. Зокрема, У. Шарп зазначає, що аналіз цінних паперів включає в себе вивчення окремих видів цінних паперів в рамках основних категорій [2].

Український економіст Ю. А. Кравченко зазначає, що оцінка акцій є однією з найважливіших цілей їх аналізу, найбільш розповсюдженими видами аналізу цінних паперів є фундаментальний, технічний та рейтингові аналізи [3].

Фінансові ринки вимагають від учасників високого рівня проведення аналітичних досліджень. Для зменшення ризику біржових операцій з цінними паперами та отримання очікуваних прибутків від своїх вкладень інвестори повинні знати і аналізувати цілий ряд факторів, що впливають на ринкові ціни та курси цінних паперів і породжують тенденції зростання чи зниження [4].

**Мета статті** — дослідити специфічні особливості функціонування українського ринку цінних паперів зокрема його біржового сектору, окреслити його основні відмінності від світових фондових ринків, визначити особливості застосування інструментарію технічного і фундаментального аналізу цінних паперів до акцій українських емітентів та оцінити стан українського фондового ринку в умовах війни.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Ринок цінних паперів — це особлива сфера ринкових відносин, де завдяки продажу цінних паперів здійснюється мобілізація фінансових ресурсів для задоволення інвестиційних потреб суб'єктів економічної діяльності [5].

Основою функціонування ринку цінних паперів є фондові біржі. Фондова біржа є основним елементом організованого ринку цінних паперів та одним із суб'єктів фондового ринку [6].

Станом на 2022 р. в Україні існують три фондові біржі: ПФТС, «Перспектива» і Українська біржа (UX).

ПФТС — історично перший та найбільший організатор торгів цінними паперами в Україні, проте він орієнтований на обслуговування боргових цінних паперів, зокрема такими як: казначейські зобов'язання України; облігації державних позик; облігації підприємств та місцевих позик; ощадних та інвестиційні сертифікати [7].

Фондова біржа «Перспектива» і Українська біржа (UX) були створені у 2006 р. та у 2008 р. відповідно. Біржа «Перспектива», як і ПФТС, орієнтована на торгівлю борговими цінними паперами, значну частку з яких займають саме облігації державних позик. І

лише Українська біржа (UX) зосереджена на торгівлі акціями українських емітентів та похідними цінними паперами. Протягом 2021р. 61% операцій з акціями українських емітентів відбувся саме на Українській біржі (UX), 38% приходилося на ПФТС [8].

Причому в цілому за всіма 3 українськими фондовими біржами протягом 2021 р. 98% від загального обсягу торгів припадало на операції з облігаціями внутрішніх державних позик (ОВДП).

На відміну від усіх інших секторів українського ринку цінних паперів, саме торгівля ОВДП є добре розвинутою і широко поширеною в Україні. Проте торгівля ОВДП — це специфічний вид цінних паперів, не пов'язаний з представленням на ринку акцій підприємств-емітентів, які зазвичай складають основну частку світових біржових ринків.

Обсяг торгів фінансовими деривативами за 2021 р. на українських біржах склав всього 0,01%, що окреслює ще одну суттєву проблему українського ринку цінних паперів — незначний рівень та повільний розвиток торгівлі саме похідними цінними паперами.

Основною особливістю стану фондового ринку України під час війни є те, що протягом першого півроку війни відбувалися котирування лише ОВДП, які попри війну активно продавалися та купувалися на українських біржах (ПТФС та «Перспектива») як вітчизняними, так і іноземними інвесторами.

Порівняно з довоєнним 2021 р. український ринок ОВДП зазнав деякого падіння, але уряд України залучив від розміщення ОВДП на аукціонах 128,76 млрд грн, 1,45 млрд дол. та 922,6 млн євро — за даними депозитарію НБУ. За 2022 р. загальний обсяг торгів на фондовій біржі «Перспектива» склав 65,5 млрд грн, за той же період загальний обсяг торгів цінними паперами на ПФТС склав 90,3 млрд гривень [8]. Це свідчить про те, що попри війну український ринок облігацій продовжує доволі ефективно функціонувати і облігації внутрішньої державної позики України продовжують успішно торгуватися, навіть в умовах воєнного стану. Для порівняння обсяг торгів на ПФТС у 2021 р. склав 221,5 млрд грн, тобто протягом воєнного року він впав на 59%.

До початку серпня 2022 р. котирування акцій українських емітентів не відбувалися на українських біржах. Продовжувалися торги ними на Лондонській біржі (акції були до-

ступні у лістингу), але угоди мали разовий та нерегулярний характер.

На ПФТС станом на грудень 2022 р. торги акціями українських емітентів так і не відновилися (рис. 1), але на початку серпня 2022 р. відновилися котирування акцій основних



українських емітентів на Українській біржі і знову почав обчислюватися та оцінюватися її індекс (рис. 1).

Індекс українських акцій (Індекс UX) за 2022 рік змінився на 9,9% з 1738,24 до 1565,90 пунктів, тобто падіння (по ціновому індексу)



Рис. 1. Значення біржових індексів ПФТС та UX за 2022р.(за даними [9])

становило всього 10%. У 2021 році загальний обсяг торгів Української біржі (UX) склав 13,3 млрд грн, а у 2022 відповідно склав 16,0 млрд грн [10]. Отже, попри війну на Українській біржі (UX) наявне зростання обсягів торгів на 21%.

Частка торгів акціями на Українській біржі (UX), яка є основним оператором торгівлі українськими цінними паперами, в 2021 р. становила 2,5%, а в 2022 р. впала до 0,55% від загального обсягу торгів.

При тому, що в цілому вплив воєнної ситуації на фондові ринки України доволі помірний, але стосовно торгівлі цінними паперами українських емітентів ситуація була доволі складною протягом всього періоду існування українського фондового ринку і ще більше погіршилася на фоні війни. Хоча варто підкреслити, що падіння індексу UX всього на 10% безумовно є позитивною тенденцією в даній ситуації.

За даними рис. 1 після відкриття котирувань на ринку акцій українських емітентів 09.08.2022 почалося його доволі різке падіння, яке продовжилося до початку листопада, потім був наявний короткий період стабілізації — горизонтального тренду, і вже від середини грудня почалося його швидке зростання. Отже, така динаміка говорить про можливість позитивних змін у найближчому майбутньому на ринку акцій українських емітентів.

Найбільш поширені три методи аналізу ринку цінних паперів: фундаментальний, технічний, інтуїтивний. Фундаментальний аналіз вивчає рух цін під впливом макроеко-

номічних чинників. Технічний аналіз можна визначити як метод прогнозування динаміки цін, заснований на математичних, а не на економічних теоріях [4].

Оцінка перспектив розвитку ринку цінних паперів здійснюється на основі ряду індикаторів, які дають змогу визначити, у якому стані перебуватиме фондовий ринок у майбутньому. Головним у цьому процесі є правильне визначення та структурування напрямів, вибір індикаторів. В окремих випадках доцільно використовувати сукупність індикаторів [7].

Було досліджено одну з найстабільніших акцій українського фондового ринку — акції BAVL (Райффайзен Банк), використано статистику її біржових котирувань за 50 періодів 2022 р. — з 10 серпня по 10 грудня та застосовано до неї три методи технічного аналізу:

- побудову MACD-гістограми;
- побудову Price Oscillator (OSC);
- розрахунок індексу відносної сили (RSI).

MACD-гістограма (метод конвергенції-дивергенції) найчастіше застосовується при аналізі ціни акції на відрізках часу від доби і більше. Але таке уточнення значуще лише для іноземних ринків цінних паперів, на українському ринку котирування цієї акції до війни відбувалося раз на кілька днів, після початку війни — один-два рази на тиждень.

На рис. 2 проведено аналіз за методом MACD-гістограми для ціни акції BAVL.

За даними рис. 2, одразу після відкриття ринку, сигнали MACD-гістограми для ціни

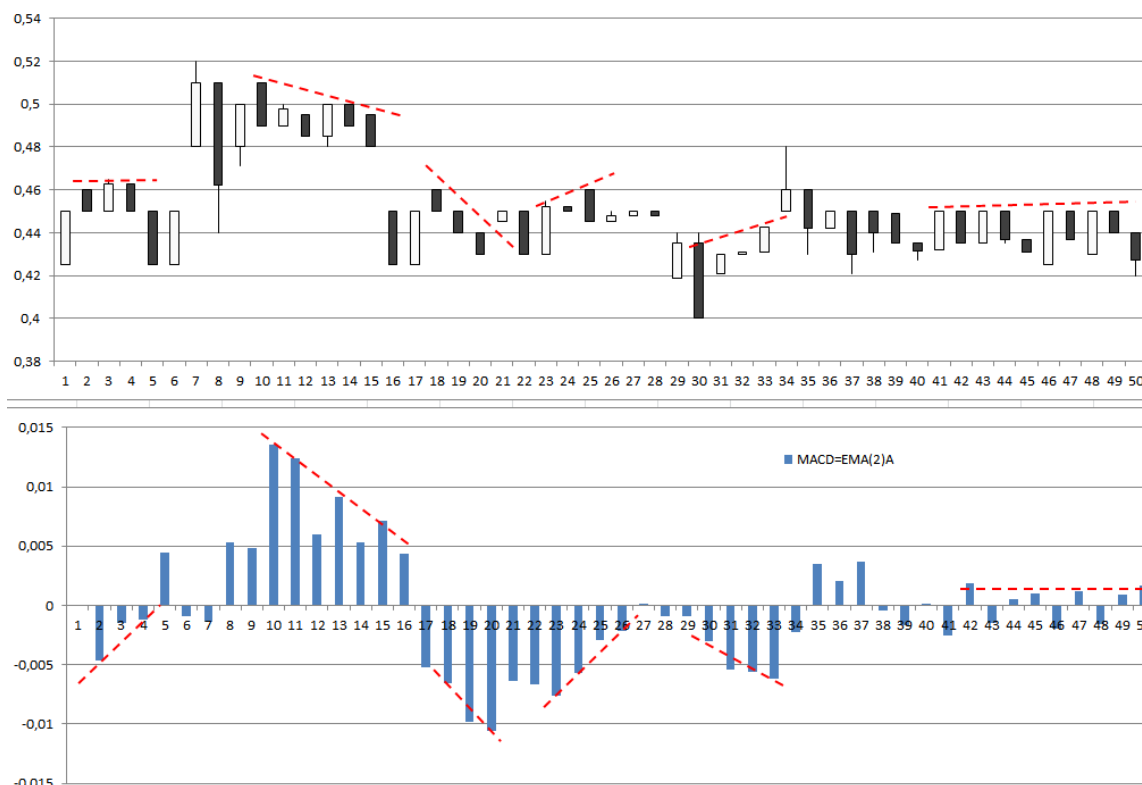


Рис. 2. Аналіз за методом MACD- гістограми для ціни акції BAVL (Райффайзен Банк) за 50 періодів 2022 р. — з 10 серпня по 10 грудня (побудовано автором за даними [10])

акції BAVL показували очікуване зростання ціни акції, яке і відбулося насправді — за біржовим графіком ціни. Після цього всі наступні сигнали прогнозували зниження ціни або

наявність горизонтального тренду, що в цілому відповідало дійсності.

При проведенні аналізу за методом OSC-осцилятора (рис. 3) обчислюють прості ковзні

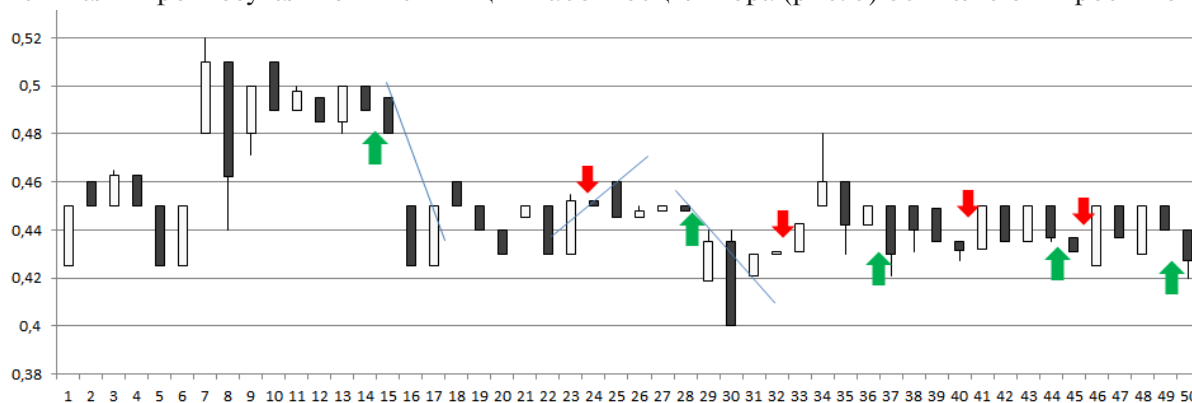


Рис. 3. Аналіз за методом OSC-осцилятора для ціни акції BAVL (Райффайзен Банк) за 50 періодів 2022 р. — з 10 серпня по 10 грудня (побудовано автором за даними [10])

середні з довгим і коротким періодами усереднення, за допомогою чого виявляють коливання, розраховані усередненням ціни з коротким інтервалом у порівнянні з інтервалом більш довгострокових тенденцій.

Аналіз за методом OSC-осцилятора для ціни акції BAVL показує недостовірні сигнали, які не збігаються з подальшою динамікою біржового графіку ціни. Більшість сигналів OSC передбачають незначні та несуттєві зміни під час горизонтального тренду. Перший

сигнал (у вересні 2022 р.) є помилковим, оскільки він показує майбутнє зростання ціни акції BAVL, але фактично відбулося її зниження.

Метод RSI (рис. 4) дозволяє окремо проводити аналіз руху цін вгору та руху цін вниз, усереднювати їх за допомогою експоненційного середнього з обраним періодом, і показує відсоток від повного руху на поточні зміні ціни. При цьому RSI сигналізує про прагнення ринку до зміни тенденції при великих

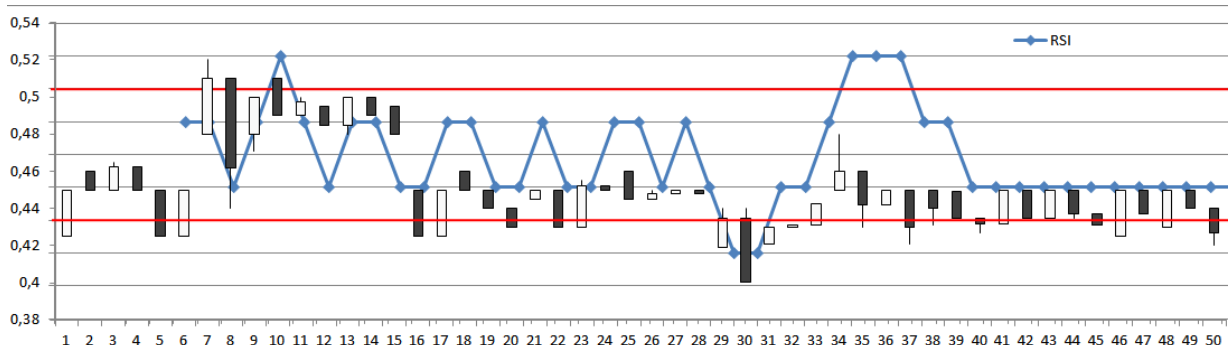


Рис. 4. Аналіз за методом RSI-осцилятора для ціни акції BAVL (Райффайзен Банк) за 50 періодів 2022 р. — з 10 серпня по 10 грудня (побудовано автором за даними [10])

(близьких до 100%) або малих (близьких до 0%) величинах.

Аналіз за методом RSI-осцилятора для ціни акції BAVL показує один достовірний сигнал на підвищення ціни акції у вересні 2022р (10 період) та один сигнал помилковий в першій половині листопада (35-37 періоди).

Отже, методи технічного аналізу показують, з одного боку, не дуже високу достовірність результатів на прикладі ціни акції українського емітенту під час кризового становища фондового ринку в умовах війни. З іншого боку, застосування методів технічного аналізу для оцінки тенденцій зміни цін акцій українських емітентів завжди відрізнялося невисокою точністю отриманих оцінок через нерегулярні котирування, що було характерно для динаміки цін і до 2022 р.

Для застосування методів фундаментального аналізу до прогнозування ціни акції BAVL — (Y) обрано три впливові змінні: X1 — середній рейтинг банку Райффайзен Банк за рейтингом Мінфіну, ренкінгом НБУ, Moody's та Standard Rating [9]; X2 — чистий прибуток банку Райффайзен Банк; X3 — макроекономічний показник (рівень інфляції).

На першому етапі було виконано багатofакторне авторегресійне прогнозування обраних впливових факторів — табл. 1.

За даними табл. 1, точність отриманих прогнозних моделей для довоєнного 2021р. є вищою та складає 85-94%, що говорить про високу адекватність отриманих прогнозних моделей. Стосовно 2022 р., точність аналогічних моделей складає від 68–76%, що помітно нижче, але все ще є достатнім рівнем адекватності, що дозволило використати отримані результати на другому етапі — прогнозування зміни ціни акції BAVL в залежності від цих змінних.

Отримані моделі багатofакторної регресія залежності зміни ціни акції BAVL від

трьох обраних змінних мають точність 62,4% для 2021 р. та 35,6% для 2022р. І якщо для даних 2021 р. отримана модель є недостатньо точною, але за її допомогою можна отримувати загальні тенденції зміни ціни акції BAVL, то для кризового 2022 р. точність моделі недостатня і вона не може бути застосована на практиці.

Для підвищення якості проведеного моделювання та збільшення точності прогнозування до моделей було додані мультиплікативні авторегресійною компоненти (залежність ціни акції BAVL від її ж значень в трьох попередніх періодах). Хоча такий підхід виходить за межі фундаментального аналізу і є поєднанням його підходів з базовими принципами технічного аналізу, але за рахунок цього на даних 2021 р. отримана модель забезпечує 88,9% точності, що дозволяє казати про достатню точність отриманої апроксимації.

Але на даних 2022 р., коли півроку ринок акцій було заморожено, навіть із застосуванням мультиплікативної авторегресійної компоненти точність моделі становить всього 43,0%, з чого приходимо до висновків, що:

- методи технічного аналізу у застосуванні до ринку цінних паперів українських емітентів забезпечують середню точність отриманих оцінок як у довоєнний час, так і в кризовому стані фондового ринку через війну;

- методи фундаментального аналізу забезпечують трохи точнішу оцінку для довоєнних даних, але не забезпечують адекватного результату при аналізі динаміки фондового ринку під час війни;

- найбільш точні результати показує поєднання підходів фундаментального аналізу з принципами технічного аналізу, але при аналізі динаміки фондового ринку під час війни вони не дозволяють отримати достовірні прогнози.

Таблиця 1		
Результати комплексного прогнозування ціни акції BAVL (Райффайзен Банк) (побудовано автором за даними [9, 10])		
Назва моделі	Математичний вигляд моделі	Точність прогнозу, %
Результуюче прогнозне моделювання прибутку ПАТ «АМКР» (Y)		
Багатофакторна регресія — 2021 р.	$Y_{\text{заг}} = ((0,73+0,97*X3)*(0,21+0,98*2X)*(-0,89+1,03*X1))^{1/3}$	62,4
Багатофакторна регресія — 2022 р.	$Y_{\text{заг}} = ((0,19+0,32*X3)*(0,17-0,21*X2)*(0,4-0,12*X1))^{1/3}$	35,6
Багатофакторна регресія з мультиплікативною авторегресійною компонентою — 2021 р.	$Y(i)_{\text{заг}}^* = ((10,08+0,53*Y(i-3))*(6,10+0,71*Y(i-2))*(3,08+0,85*Y(i-1))*(0,73+0,97*X3)*(0,21+0,98*2X)*(-0,89+1,03*X1))^{1/6}$	88,9
Багатофакторна регресія з мультиплікативною авторегресійною компонентою — 2022 р.	$Y(i)^* = ((3,08+0,85*Y(i-1))*(1,02-0,094*Y(i-3))*(0,95\pm 0,21*Y(i-2))*(0,19+0,32*X3)*(0,17-0,21*X2)*(0,4-0,12*X1))^{1/6}$	43,0
Допоміжне прогнозне моделювання (X1)-рейтингу		
Множинна авторегресія — 2021 р.	$X1(i)_{\text{заг}}^* = (((9,21+0,57*X1(i-3))*(5,51+0,74*X1(i-2))*(3,93+0,81*X1(i-1))))^{1/3}$	84,7
Множинна авторегресія — 2022 р.	$X1(i)^* = (((3,93+0,81*X1(i-1))*(0,93+0,0032*X1(i-3))*(0,88+0,0052*X1(i-2))))^{1/3}$	67,6
Допоміжне прогнозне моделювання (X2) – прибутку		
Множинна авторегресія — 2021 р.	$X2(i)_{\text{заг}}^* = (((10,72+0,50*X2(i-3))*(6,82+0,68*X2(i-2))*(4,49+0,78*X2(i-1))))^{1/3}$	87,7
Множинна авторегресія — 2022 р.	$X2(i)^* = (((4,49+0,78*X2(i-1))*(0,95+0,0022*X2(i-3))*(0,92+0,0034*X2(i-2))))^{1/3}$	75,8
Допоміжне прогнозне моделювання впливових факторів (X3) – рівня інфляції		
Множинна авторегресія — 2021 р.	$X3(i)_{\text{заг}}^* = (((10,01+0,53*X3(i-3))*(6,43+0,69*X3(i-2))*(3,65+0,82*X3(i-1))))^{1/3}$	93,9
Множинна авторегресія — 2022 р.	$X3(i)^* = ((3,65+0,82*X3(i-1))*(0,98+0,00065*X3(i-3))*(0,94+0,0023*X3(i-2)))^{1/3}$	72,8

Отже, з урахуванням специфіки та особливості ринку цінних паперів українських емітентів в цілому рекомендовано застосовувати поєднання підходів фундаментального та технічного аналізу. В умовах високої волатильності фондового ринку під час війни кращі результати забезпечують саме методи технічного аналізу, зокрема для акції BAVL це є метод побудови MACD-гістограм.

**Висновки.** Отже, у результаті проведеного дослідження особливостей функціонування українського ринку цінних паперів зокрема його біржового сектору, було з'ясовано, що обсяг торгівлі акціями та фондовими деривативами займає менше 2% угод від усього фондового ринку України, більша частина якого проходиться на торгівлю облігаціями, пере-

важно на операції з облігаціями внутрішніх державних позик. Подібна ситуація є абсолютно нехарактерною для фондових ринків розвинених країн, де на торгівлю акціями та похідними фондовими інструментами припадає від 50% до 90% операцій.

Особлива ситуація склалася на українському фондовому ринку з початком війни: з 24 лютого були припинені котирування акцій українських емітентів та «заморожено» обидва біржові індекси. Майже півроку український фондовий ринок існував лише як ринок державних облігацій, в тому числі ринок військових облігацій. Лише з серпня 2022 р. відновилися котирування акцій українських емітентів на Українській біржі і знову почав обчислюватися та оцінюватися її індекс.



Обсяг торгівлі облигаціями зазнав зменшення через війну, але не критичного, на українських біржах наявне зменшення торгів на 41% (ПФТС) та збільшення на 21% УХ. Проте обсяг торгівлі акціями українських емітентів зменшився майже в 5 разів, хоча зниження Індексу УХ становило всього 10%.

Досліджено особливості застосування інструментарію технічного і фундаментального аналізу цінних паперів до акцій українських емітентів та встановлено, що з урахуванням специфіки та особливостей ринку цінних паперів українських емітентів найбільш доцільно застосовувати поєднання підходів фундаментального аналізу та технічного аналізу. В умовах високої волатильності фондового ринку під час війни кращі результати забезпечують саме методи технічного аналізу.

Запропоновано багатофакторні прогностичні регресійні та авторегресійні моделі для прогнозування ціни акції BAVL за даними 2021 р. та 2022 р.

#### Список літератури

1. Танклевська Н. С., Ярмоленко В. В. Сучасний стан та проблеми функціонування фондового ринку в Україні. *Ефективна економіка*. 2021, № 7. URL : [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7\\_2021/3.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2021/3.pdf) (дата звернення 12.12.2022).

2. Тимошенко О. В., Гудима Л. О. Ефективний розвиток національного ринку цінних паперів як імператив економічного зростання України. *Бізнесінформ*. 2020. № 3. С. 293–298.

3. Юркевич О. М. Сутність та необхідність фундаментального аналізу в процесі портфельного інвестування. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2011. № 11 (126). С. 80–85.

4. Сохацька О., Роговська-Іщук І., Вінницький С. Фундаментальний та технічний аналіз цін товарних та фінансових ринків. Київ : Кондор, 2012. 305 с.

5. Шаманська О. І., Слободиський С. М. Особливості розвитку ринку цінних паперів в Україні. *Ефективна економіка*. 2017. № 2. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5431> (дата звернення 12.12.2022).

6. Резнік Н. П., Дяченко Я. Є. Проблеми та перспективи формування фондових бірж в Україні. *Сучасні питання економіки і права*. 2018. № 1. С. 119–128.

7. Мацьків Р. Т., Фульгинська Н. Ф. Діяльність фондових бірж в Україні на сучасному етапі. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 31. С. 663–669.

8. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України (АРІФРУ). URL : [smida.gov.ua](http://smida.gov.ua) (дата звернення: 12.12.2022).

9. Український інформаційний портал «МінФін». URL : [index.minfin.com.ua](http://index.minfin.com.ua) (дата звернення: 12.12.2022).

10. Українська біржа. URL : [www.ux.ua](http://www.ux.ua) (дата звернення: 12.12.2022).

#### References

1. Tanklevska, N. S., Yarmolenko, V. V. (2021). *Suchasnyi stan ta problemy funktsionuvannia fondovoho rynku v Ukraini* [The current state and problems of the functioning of the stock market in Ukraine]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy], no. 7. Available at : [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7\\_2021/3.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2021/3.pdf). (Accessed 12 December 2022).

2. Tymoshenko, O. V., Hudyma, L. O. (2020). *Efektivnyi rozvytok natsionalnoho rynku tsinnykh papieriv yak imperativ ekonomichnoho zrostantia Ukrainy* [Effective development of the national securities market as an imperative for the economic growth of Ukraine]. *Biznesinform* [Business information], no. 3. pp. 293–298.

3. Yurkevych, O. M. (2011). *Sutnist ta neobkhidnist fundamentalnoho analizu v protsesi portfelnoho investuvannia* [The essence and necessity of fundamental analysis in the process of portfolio investment]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini* [Formation of market relations in Ukraine], no. 11(126). pp. 80–85.

4. Sokhatska, O., Rohovska-Ishchuk, I., Vynnytskyi, S. (2012). *Fundamentalnyi ta tekhnichniy analiz tsin tovarnykh ta finansovykh rynkiv* [Fundamental and technical analysis of prices on commodity and financial markets]. Kyiv, Kondor Publ. 305 p.

5. Shamanska, O. I., Slobodyskyi, S. M. (2017). *Osoblyvosti rozvytku rynku tsinnykh papieriv v Ukraini* [Peculiarities of the development of the securities market in Ukraine]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy], no. 2. Available at : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5431>. (Accessed 12 December 2022).

6. Reznik, N. P., Diachenko, Ya. Ye. (2018). *Problemy ta perspektivy formuvannia fondovykh birzh v Ukraini* [Problems and prospects of the for-

mation of stock exchanges in Ukraine]. *Suchasni pytannia ekonomiky i prava* [Modern problems of economics and law], no. 1. pp. 119–128.

7. Matskiv, R. T., Fultynska, N. F. (2019). *Dialnist fondovykh birzh v Ukraini na suchasnomu etapi* [Activity of stock exchanges in Ukraine at the current stage]. *Infrastruktura rynku* [Market infrastructure], no. 31. pp. 663–669.

8. *Ahentstvo z rozvytku infrastruktury fondovoho rynku Ukrainy* [Agency for the development of

infrastructure of the stock market of Ukraine]. Available at : [smida.gov.ua](http://smida.gov.ua). (Accessed 12 December 2022).

9. *Ukrainskyi informatsiynyi portal «MinFin»* [Ukrainian information portal «MinFin»]. Available at : [index.minfin.com.ua](http://index.minfin.com.ua). (Accessed 12 December 2022).

10. *Ukrainska birzha* [Ukrainian stock exchange]. Available at : [www.ux.ua](http://www.ux.ua). (Accessed 12 December 2022).

**Objective.** *The objective of the present article is to study the peculiarities of the functioning of the securities market of Ukraine, in particular its stock market sector, the outline of its main differences from the world stock markets, the determination of the peculiarities of the application of the tools of technical and fundamental analysis of securities to shares. Ukrainian issuers, as well as assess the state of the Ukrainian stock market in war conditions.*

**Methods.** *The following methods were used during the research: the dialectical method of learning processes and phenomena (to analyze the peculiarities and state of development of the stock market of Ukraine); graphic (to display stock market index trends); methods of technical analysis (construction of MACD-histograms; construction of Price Oscillator (OSC); calculation of the relative strength index RSI) and fundamental analysis (multifactor forecasting of the share price); abstract-logical method (for forming the resulting research conclusions).*

**Results.** *As a result of the study of the peculiarities of the functioning of the Ukrainian securities market, in particular its stock market sector, it was found that the volume of trading in shares and derivative stock derivatives accounts for less than 2% of transactions from the entire stock market of Ukraine, the greater part of which is spent on bond trading, mainly on operations with bonds of domestic government loans.*

*A specific situation developed on the Ukrainian stock market after the war began: quotations of shares of Ukrainian issuers were suspended and both stock indices were «frozen». For almost six months, the Ukrainian stock market existed only as a government bond market, including a military bond market. Only from August 2022. quotations of shares of Ukrainian issuers on the Ukrainian Stock Exchange resumed. The volume of trade in bonds suffered a decrease due to the war, but not critically, but the volume of trade in shares of Ukrainian issuers decreased almost 5 times.*

*Taking into account the specifics and characteristics of the securities market of Ukrainian issuers, it is most appropriate to use a combination of fundamental analysis and technical analysis approaches, but in the conditions of excessive volatility of the stock market during the war, the best results are provided by the methods of technical analysis. Multivariate predictive regression and autoregressive models were proposed to predict the BAVL share price.*

**Key words:** *technical analysis, fundamental analysis, stocks, bonds, securities market, stock market, stock exchanges, issuers of securities, war.*

*Надійшла до редакції 16.12.2022*

## ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ, МАРКЕТИНГ, МЕНЕДЖМЕНТ

DOI : 10.33274/2079-4762-2022-52-2-67-74

JEL : D69, E20, M31

УДК 338.1

Андрущенко Г. І.,  
д-р соц. наук,  
професор

Державний університет економіки і технологій,  
Кривий Ріг, Україна,  
e-mail: andrushchenko\_gi@kneu.dp.ua

Петрішина Т. О.,  
канд. екон. наук, доцент

e-mail: petrishina\_to@duet.edu.ua

Зав'ялова М. В.,  
канд. екон. наук, доцент

e-mail: zavyalova\_mv@duet.edu.ua

Волошанюк Н. В.,  
канд. екон. наук, доцент

e-mail: voloshanyk\_nv@duet.edu.ua

### ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ КОМПАНІЙ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ: ДИЛЕМА «ПРИБУТКОВІСТЬ — ГІДНІСТЬ»

UDC 338.1

Andrushchenko H. I.,  
Grand PhD in Sociological  
Sciences, Professor

State University of Economics and Technology,  
Krivyi Rih, Ukraine  
e-mail: andrushchenko\_gi@duet.edu.ua

Petrishyna T. O.,  
PhD in Economic Sciences,  
Associate Professor

e-mail: petrishina\_to@duet.edu.ua

Zavialova M. V.,  
PhD in Economic Sciences,  
Associate Professor

e-mail: zavyalova\_mv@duet.edu.ua

Voloshaniuk N. V.,  
PhD in Economic Sciences,  
Associate Professor

e-mail: voloshanyk\_nv@duet.edu.ua

### FEATURES OF THE FORMATION MECHANISM OF COMPANIES' MARKETING STRATEGIES DURING THE RUSSIAN AND UKRAINIAN WAR: THE DILEMMA «PROFITABILITY — DIGNITY»

*Мета.* Метою дослідження є вивчення проблем формування маркетингових стратегій компаній під час російсько-української війни та надання рекомендацій щодо підвищення їх ефективності.

*Методи.* У процесі написання статті застосовано загальні й спеціальні методи наукового дослідження економічних процесів, зокрема, системного підходу, порівняння, угруповання, деталізації, узагальнення, графічного відображення інформації.

*Результати.* У статті розкрито особливості маркетингових стратегій вітчизняних компаній та міжнародних корпорацій та їх змін у зв'язку із прийняттям рішення виходу / невиходу з російського ринку; систематизовано та скореговано деякі аспекти щодо цього питання в умовах російсько-української війни; проаналізовано стан рівня підтримки світу України у війні, яку розпочала росія, як з фінансової, так і з моральної точки зору; вивчено особливості, стан взаємодії та узгодженості дій між урядами різних держав та відповідними компаніями; досліджено механізм зміни статусу міжнародними компаніями щодо виходу з ринку росії; виявлено як найбільші міжнародні компанії, що змінили свою позицію, так і встановлено частку компаній, які частково вели діяльність (або залишаються) на російському ринку; виділено хвилі повного або часткового виходу міжнародного бізнесу з російського ринку; структуровано ключові зміни у формуванні мар-

*кетингових стратегій компаній під час російсько-української війни; запропоновано заходи щодо їх коригування відповідно до кожного з елементів маркетингової стратегії, таких як: маркетингова тактика, зміна ринку та вибір цільової аудиторії, оптимізація витрат, зміна контент-стратегії, постійний аналіз зовнішнього середовища.*

**Ключові слова:** російсько-українська війна, агресія, уряд, стратегія, маркетинг, ринок, прибутковість, рентабельність, гідність, фінансові втрати, оптимізація витрат, цільова аудиторія, тактика.

**Постановка проблеми.** Військова агресія росії проти України, розпочата, як відомо, ще у 2014 році, з 24 лютого 2022 року перетворилася на російсько-українську війну з повномасштабним вторгненням росії на територію України. Військові злочини російських військ спричинили глибоку кризу в Україні, тисячі мирних українців загинуло, а мільйони — стали біженцями.

У відповідь на цей акт агресії багато вітчизняних компаній та міжнародних корпорацій вирішили припинити співпрацю з росією і покинути російський ринок, а деякі продовжують вести свій бізнес у звичайному режимі. Відповідно до цього, маркетингові стратегії компаній зазнали значних змін.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідженням питань виходу іноземних компаній з російського ринку займалися такі вчені, як Н. Попович та О. Сніжко [5], З. Воронович [3], П. Мірор [4] та ін. Особливості маркетингової діяльності підприємств у складних умовах сьогодення та питання змін маркетингової стратегії розглядали у своїх наукових працях М. Корєєв, І. Бережнюк, Т. Кубах, К. Горб [9], М. Мінімал [10], Ф. Бозкут та А. Ерген [8].

Відаючи належне дослідженням, проведеним зазначеними авторами, зауважимо, що потребують систематизації окремі питання виходу з російського ринку вітчизняних та іноземних компаній, а також коригування/зміни маркетингові стратегії в умовах російсько-української війни.

**Мета статті.** Метою дослідження є вивчення проблем формування маркетингових стратегій компаній під час російсько-української війни та надання рекомендацій щодо підвищення їх ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Слід констатувати той факт, що підтримка світу у війні, яку розпочала росія проти України, є дуже важливою як з фінансової, так і з моральної точки зору. Ми бачимо її як від урядів держав, так і від компаній, які, не дивлячись на значні фінансові втрати, обумовлені вихо-

дом з російського ринку, обрали шлях гідності. Так, згідно даних дослідження Kyiv School of Economics (далі KSE) станом на 04.12.2022 р. призупинили або повністю припинили свою діяльність у росії понад 1,6 тисяч іноземних компаній [1].

Для багатьох компаній піти з російського ринку стало складним питанням, адже багато міжнародних холдингів вже тривалий час вели свій бізнес на території країни-агресора і вивести одразу всі активи було неможливим.

Проте залишається ще багато компаній, які і надалі продовжують свою діяльність на російському ринку, не вбачаючи в цьому ніякої проблеми і відгородивши себе від того, що робить агресор. Тим самим ці компанії, хоча і не прямо, проте фактично продовжують фінансувати військову агресію росії проти України за рахунок податкових відрахувань.

Разом з тим, є низка компаній, що змінили свою думку після того, як вказали про вихід з російського ринку. Про це свідчить dataset KSE, який вказує, що з березня 2022 року 2066 компаній чи сервісів не змінювали позицію, 326 — змінювали [2] (табл. 1).

Слід зазначити, що серед найбільших міжнародних компаній, хто змінив свою позицію Toyota, Microsoft, Alphabet (конгломерат, до якого входить Google).

Наступна діаграма демонструє частку компаній, які вели діяльність (або залишаються) на російському ринку (рис. 1).

Як видно з рис. 1, повністю вийшли з ринку росії лише 1,9 % (46 компаній). Позитивним є те, що близько 50 % (1126 компаній) заявили про вихід з ринку країни-агресора. Проте 32,2 % все ще залишаються присутніми на території РФ та 19,9 % компаній вичікують і поки не приймають рішень щодо виходу.

Виходячи з наявних даних та проведеного авторами дослідження, можна виділити наступні «хвилі повного або часткового виходу» іноземних компаній з російського ринку (табл. 2).

Звісно, зазначений у табл. 1 перелік компаній не є вичерпним. Автори лише хотіли

Таблиця 1

Зміна статусу міжнародними компаніями щодо виходу з ринку росії (складено авторами на основі [2])

Початковий статус	Кінцевий статус	Кількість компаній
Залишили ринок	Залишили ринок	<b>1019</b>
Залишили ринок	Залишилися на ринку	<b>4</b>
Залишили ринок	Вичікують	<b>59</b>
Залишилися на ринку	Залишилися на ринку	<b>743</b>
Залишилися на ринку	Залишили ринок	<b>83</b>
Залишилися на ринку	Вичікують	<b>116</b>
Вичікують	Вичікують	<b>304</b>
Вичікують	Залишили ринок	<b>61</b>
Вичікують	Залишилися на ринку	<b>3</b>

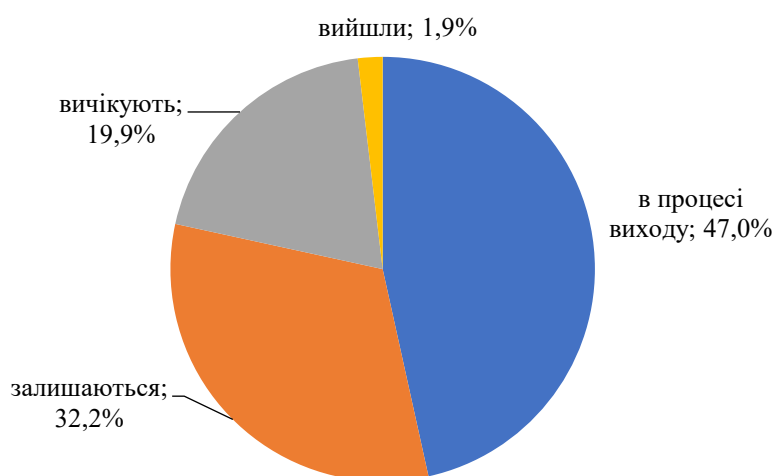


Рис. 1. Структура міжнародних компаній, які вели / ведуть бізнес на території країни-агресора, % (складено авторами на основі [1])

Таблиця 2

Хвилі виходу міжнародного бізнесу з російського ринку (сформовано авторами на основі [3–6])

Період	Компанія, країна	Галузь/ Промисловість	Ступінь виходу з ринку
I хвиля			
2014 р.	Gerry Weber, Німеччина	Виробництво одягу	Припинення діяльності
2014 р.	Mcdonald's	Харчова	Закриття перших трьох ресторанів
Кінець 2014 р.	Orkla, Норвегія	Харчова	Продаж бізнесу та вихід з ринку
Кінець 2014 р.	Stockmann, Фінляндія	Виробництво одягу	Продаж 80% бізнесу
2016 р.			Припинення діяльності
2015 р.	General Motors, США	Автомобіле- будування	Ринок залишив Opel, було припинено локальне виробництво автомобілів Chevrolet і згорнуто всі проекти
2019 р.			Концерн продав свою частку в СП «GM-АВТОВАЗ»
2020 р.			Продано Hyundai законсервованій завод в росії.

Продовження таблиці 2

Період	Компанія, країна	Галузь/ Промисловість	Ступінь виходу з ринку
2015 р.	Esprit, США	Виробництво одягу, взуття	Припинення діяльності
Лютий 2015 р.	Amazon, США	ІТ	Припинено роботу сервіс хмарних обчислень Amazon Web Services
II хвиля			
Кінець лютого 2022 р.	Facebook, США	ІТ	Заборона російським державним ЗМІ реклами та монетизації
Початок березня 2022 р.	General Motors, США	Автомобіле- будування	Компанія повністю вийшла з ринку росії
Початок березня 2022 р.	Adidas, Німеччина	Виробництво спорт. товарів	Закриття магазинів, призупинення співпраці з російським футбольним союзом
Початок березня 2022 р.	American Express, США	Фінансові послуги та платежі	Припинено відносини з російськими банківськими установами
Початок березня 2022 р.	Amazon, США	ІТ	Обмеження доступу для користувачів, неможливо купити роздрібні товари або зареєструватися новим користувачам із росії та Білорусі.
Початок березня 2022 р.	Amway, США	Виробництво косметичних засобів, побутової хімії	Повна зупинка діяльності
Червень 2022 р.	ІКЕА, Швеція	Виробництво меблів	Повна зупинка діяльності
Початок березня 2022 р.	Apple Inc., США	ІТ	Припинення продажів продукції, припинена робота Apple Pay, App Store, Apple Developer
Початок березня 2022 р.	Balenciaga, Італія	Виробництво одягу	Припинення діяльності
Початок березня 2022 р.	Bentley, Великобританія	Автомобіле- будування	Припинення діяльності
Початок березня 2022 р.	Unilever	Виробництво продуктів харчування і товарів побутової хімії	Припинення експорту продукції до росії
Початок березня 2022 р.	McDonald's	Харчова	Призупинено діяльність та всі операції на території росії

показати, що вихід з ринку країни-агресора різними іноземними компаніями відбувався поступово, починаючи з 2014 року. І здебільшого, це було часткове призупинення діяльності. Повний вихід з російського ринку відбувся з початком повномасштабного вторгнення росії на територію України.

Як показало дослідження, проведене дослідницькою компанією Factum Group [7], в умовах ведення військових дій, суттєвого

зниження прибутків компаній та повної невідзначеності, переважна більшість підприємств вдалися до часткового коригування своїх стратегій (62 %), 22 % компаній кардинально змінили стратегію та лише 10 % — стратегії не змінювали (рис. 2).

74 % опитуваних представників компаній вказали, що переходять на короткострокове планування, серед них найбільше (33 %) на кварталне планування.

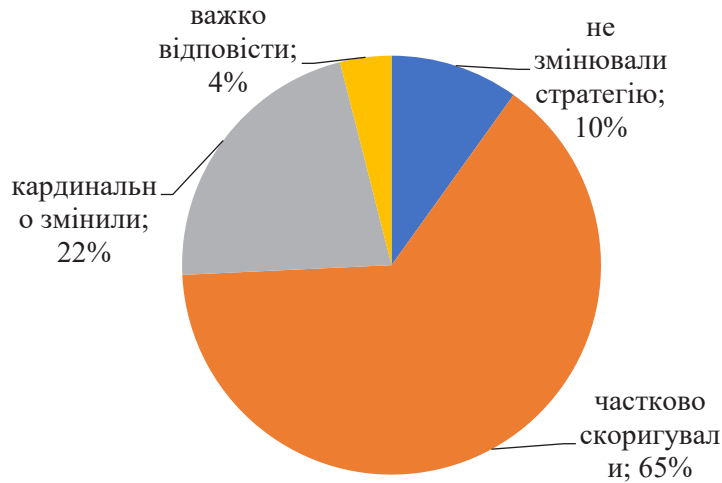


Рис. 2. Вплив війни на зміну стратегії компаній, % (складено авторами на основі [7])

Ключовими змінами у формуванні маркетингової стратегії компаній стали (рис. 3):

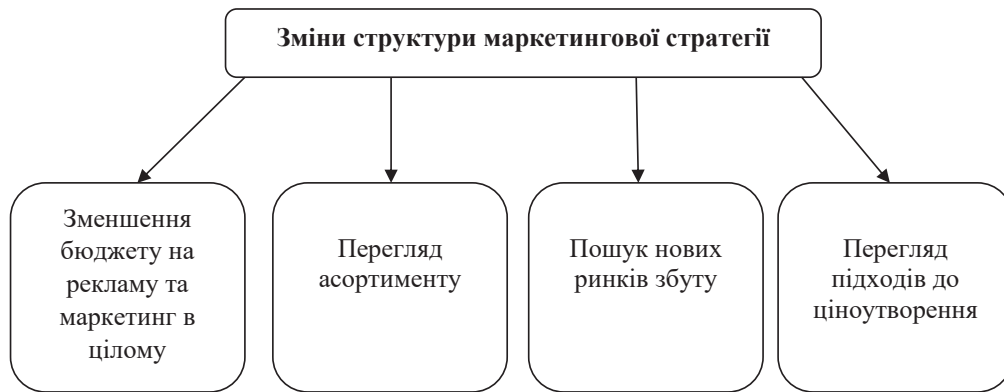


Рис. 3. Ключові зміни у формуванні маркетингової стратегії компаній під час російсько-української війни (складено авторами на основі [7])

І хоча в умовах війни перед маркетингом компанії стоять ті ж самі завдання: реалізація товарів/послуг, залучення, утримання клієнтів компанії, спостерігається тенденція до зміни ключових показників успіху, а саме: зниження вимог до кількісних показників та орієнтація на утримання існуючих клієнтів [7].

Щоб бути в тренді, маркетологам доводиться більше фокусуватися на аналітиці, швидкому реагуванні на зміни в зовнішньому середовищі, та коригувати (або повністю змінювати) асортимент товарів/послуг, комуні-

каційні стратегії, цінову політику, маркетингові бюджети, взаємовідносини з партнерами.

Також сучасною тенденцією стало зростання різних партнерств: з митцями, зірками, різними фондами, організаціями, брендами з метою збору коштів для ЗСУ, для виробництва товарів під потреби ЗСУ та населення тощо.

Проаналізувавши наслідки та виклики війни, з якими зіткнулась наша країна, доцільно надати наступні рекомендації щодо можливих шляхів адаптації маркетингових стратегій під час війни для відновлення бізнесу в Україні (табл. 3).

Таблиця 3

Заходи коригування маркетингових стратегій компаній під час війни(складено авторами на основі [7–10])

Елементи маркетингової стратегії	Зміст
Маркетингова тактика	Довгострокові стратегії в сучасних умовах є неефективними. Тому доречним буде просування діяльності і її подальший розвиток за допомогою тактичних дій. У цьому випадку є можливість швидко переорієнтувати стратегію в швидко мінливому бізнес-середовищі. Для цього потрібне розуміння продукту та можливість його кастомізації.

Продовження таблиці 3

Елементи маркетингової стратегії	Зміст
Зміна ринку та вибір цільової аудиторії	У разі припинення діяльності компанії на російському ринку (або при орієнтації на інші ринки) цільові сегменти потребують коригування. Навіть якщо цільова аудиторія залишилася незмінною, її потреби могли змінитися, що потрібно проаналізувати. Спілкування з клієнтами має вирішальне значення.
Оптимізація витрат	Це невід’ємна частина маркетингової стратегії військового часу. Кошти повинні спрямовуватися на залучення клієнтів. Найкраще для цього завдання підходить інтернет-реклама (в тому числі інфлюєнс-маркетинг), яка дозволяє швидко залучити цільову аудиторію. При здійсненні таргетингу необхідно уважно стежити за географічними налаштуваннями рекламної кампанії. Не варто націлюватися на ті території, де ведуться або щойно велися бойові дії, і продукт чи послуга не можуть бути корисними.
Зміна контент-стратегії	Зміна контенту передбачає: оновлення інформації про товари/послуги; висвітлення власного внеску в боротьбу з країною-агресором, наприклад, волонтерство, благодійність; надання споживачам корисної інформації. (висвітлення патріотичного боку бренду, демонструючи рекламу підтримки військових, постраждалих тощо). Такі дії наразі ефективні, але важливо пам’ятати, що у всьому має бути міра. Бренди та маркетинг нічого не варті перед обличчям масштабів війни. Але коли війна закінчиться, дії таких компаній будуть згадувати ще довго.
Постійний аналіз зовнішнього середовища	Це актуально завжди, особливо під час кризи. Сьогодні дуже важливо бути максимально мобільними і слідувати ринковим тенденціям, здатність бізнесу бути гнучким і адаптуватися до реалій поточних умов дозволяє виживати в складні часи. Важливо стежити за реакцією цільової аудиторії на рекламу.

Вважаємо, що зазначене вище, допоможе сформулювати ефективну маркетингову стратегію компаній в сучасних умовах. Маркетингові дії та заходи обов’язково мають бути узгодженими з updated-стратегією виходу на ринок або поточною діяльністю на ньому.

Висновки. Серед основних проблем у сфері бізнесу, в т. ч. і маркетингу, на сучасному етапі слід відмітити значне скорочення кількості наявних та потенційних клієнтів, низьку купівельну спроможність населення, агресивну реакцію населення на рекламу, зменшення бюджету маркетинг в цілому, падіння попиту на більшість товарів і послуг, які були в тренді в довоєнний період. На продажі критично впливає нестабільна ситуація із замовленнями та страх населення перед невизначеністю у майбутньому.

Проведене дослідження показало, що більшість компаній з початку війни скоригували свої стратегії або кардинально їх змінили, надаючи перевагу короткостроковому плануванню. Запропоновано коригувати маркетингові стратегії в напрямку тактичних дій, зміни контент-стратегії, оптимізації витрат, аналізу зовнішнього середовища тощо. Ці кроки забезпечать підвищення ефективності маркетингової стратегії підприємств.

Щодо іноземних компаній, то вони, шляхом економічного тиску та відмови від співп-

раці з росією, можуть допомогти Україні перемогти агресора, зупинити війну, яка може стати глобальною. Російська економіка сильно залежить від іноземних товарів/послуг, інвестицій та технологій, які використовуються загарбницьким урядом для ведення війн, і не лише на території України. Фінансові втрати для компаній, які покинуть ринок росії немислимі. Однак масштаби цих втрат не можна навіть порівняти з можливими втратами у наслідок розгорнення глобальної війни або зміни світового порядку, які має на меті російська влада.

#### Список літератури

- 30-й випуск щотижневого дайджесту про вплив виходу іноземних компаній на економіку РФ. *Kyiv School of Economics*. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/30-y-vipusk-shhotizhnevogo-daydzhestu-pro-vpliv-vihodu-inozemnih-kompaniy-na-ekonomiku-rf>. (дата звернення: 14.12.2022).
- Розворот на 180: Alphabet, Microsoft і ще півсотні компаній залишаються в РФ — *KSE*. URL: <https://zn.ua/ukr/ECONOMICS/rozvorot-na-180-alphabet-microsoft-i-shchepivshotni-kompanij-zalishajutsja-v-rf-kse.html>. (дата звернення: 14.12.2022).
- Воронович З. Рублі не пахнуть: які відомі бренди залишилися працювати в ро-



сії. URL: <https://espresso.tv/rubli-ne-pakhnut-yaki-vidomi-brendi-zalishilis-pratsyuvati-v-rosii>. (дата звернення: 14.12.2022).

4. Мірер П. Гальмують, вичікують та повертаються. Як компанії обходять бізнес-блокаду росії. URL: <https://suspilne.media/278792-galmuut-vicikuut-ta-povertautsaa-ak-kompanii-obhodat-biznes-blokadu-rosii/> (дата звернення: 14.12.2022).

5. Nataliia Popovych, Olena Sniezhko. The foreign companies that were the quickest and slowest to pull out of Russia. URL: <https://www.investmentmonitor.ai/features/major-foreign-companies-to-pull-out-of-russia> (дата звернення: 14.12.2022).

6. Stop Doing Business with Russia. URL: <https://leave-russia.org/staying-companies> (дата звернення: 14.12.2022).

7. Тенденції в управлінні маркетинговими комунікаціями під час війни: стан справ та майбутнє українських компаній-рекламодавців. Дослідження «Тенденції 2022 в управлінні маркетинговими комунікаціями». URL: <https://sostav.ua/publication/tendents-v-upravlinn-marketingovimi-komun-kats-yami-p-d-chas-v-jni-stan-sprav-ta-92699.html> (дата звернення: 14.12.2022).

8. Filiz Bozkurt, Ahu Ergen. Art of War and Its Implications on Marketing Strategies: Thinking like a Warrior. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147–4478), 2016. 3(3):37. p.37–47. doi:10.20525/ijrbs.v3i3.108 URL: [https://www.researchgate.net/publication/297746963\\_Art\\_of\\_War\\_and\\_Its\\_Implications\\_on\\_Marketing\\_Strategies\\_Thinking\\_like\\_a\\_Warrior](https://www.researchgate.net/publication/297746963_Art_of_War_and_Its_Implications_on_Marketing_Strategies_Thinking_like_a_Warrior) (дата звернення: 14.12.2022)

9. Maxim Korneyev, Ivan Berezniuk, Volodymyr Dzhyndzhoian, Tatiana Kubakh and Kostiantyn Horb. Business marketing activities in Ukraine during wartime. *Innovative Marketing*, 2022. 18(3), p.48–58. doi:10.21511/im.18(3).2022.05. URL: [https://www.businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/16815/IM\\_2022\\_03\\_Korneyev.pdf](https://www.businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/16815/IM_2022_03_Korneyev.pdf) (дата звернення: 14.12.2022).

10. Minh Minimal. War And Marketing — Part 1: Similarities And Applications In Strategic Planning. URL: <https://minimalmarketing.com/war-and-marketing-part-1-similarities-and-applications-in-strategic-planning> (дата звернення: 14.12.2022).

## References

1. 30-y vypusk shchotyzhnevoho daidzhestu pro vplyv vykhodu inozemnykh kompanii na ekonomiku RF [The 30th edition of the weekly digest about the impact of the exit of foreign companies on the economy of the Russian Federation]. Kyiv School of Economics. Available at: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/30-y-vipusk-shhotizhnevogo-daydzhestu-pro-vpliv-vihodu-inozemnih-kompaniy-na-ekonomiku-rf>. (Accessed 14 December 2022).

2. Rozvorot na 180: Alphabet, Microsoft i shche pivsotni kompanii zalyshaiutsia v RF — KSE [180 turn: Alphabet, Microsoft and fifty other companies remain in the Russian Federation — KSE]. Available at: <https://zn.ua/ukr/ECONOMICS/rozvorot-na-180-alphabet-microsoft-i-shche-pivsotni-kompanij-zalishajutsja-v-rf-kse.html>. (Accessed 14 December 2022).

3. Voronovych, Z. Rubli ne pachnut: yaki vidomi brendy zalyshylys pratsyuvaty v Rosii [Rubles do not smell: which famous brands have remained working in Russia]. Available at: <https://espresso.tv/rubli-ne-pakhnut-yaki-vidomi-brendi-zalishilis-pratsyuvati-v-rosii>. (Accessed 14 December 2022).

4. Mirer, P. Halmuiut, vychikuiut ta povertaiutsia. Yak kompanii obkhodiat biznes-blokadu Rosii [They brake, wait and turn. How companies bypass Russia's business blockade]. Available at: <https://suspilne.media/278792-galmuut-vicikuut-ta-povertautsaa-ak-kompanii-obhodat-biznes-blokadu-rosii>. (Accessed 14 December 2022).

5. Popovych, N., Sniezhko, O. The foreign companies that were the quickest and slowest to pull out of Russia. Available at: <https://www.investmentmonitor.ai/features/major-foreign-companies-to-pull-out-of-russia>. (Accessed 14 December 2022).

6. Stop Doing Business with Russia. Available at: <https://leave-russia.org/staying-companies>. (Accessed 14 December 2022).

7. Tendentsii v upravlinni marketynhovymy komunikatsiiamy pid chas viiny: stan sprav ta maibutnie ukrainskykh kompanii-reklamodavtsiv. Doslidzhennia «Tendentsii 2022 v upravlinni marketynhovymy komunikatsiiamy» [Trends in the management of marketing communications during the war: the state of affairs and the future of Ukrainian advertising companies] (2022). Available at: <https://sostav.ua/publication/tendents-v-upravlinn-marketingovimi-komun-kats-yami-p-d-chas-v-jni-stan-sprav-ta-92699.html>. (Accessed 14 December 2022).

8. Filiz Bozkurt, Ahu Ergen. Art of War and Its Implications on Marketing Strategies: Thinking like a Warrior. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147–4478), 2016. 3(3):37. p. 37–47. doi:10.20525/ijrbs.v3i3.108. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/297746963\\_Art\\_of\\_War\\_and\\_Its\\_Implications\\_on\\_Marketing\\_Strategies\\_Thinking\\_like\\_a\\_Warrior](https://www.researchgate.net/publication/297746963_Art_of_War_and_Its_Implications_on_Marketing_Strategies_Thinking_like_a_Warrior). (Accessed 14 December 2022).
9. Maxim Korneyev, Ivan Berezniuk, Volodymyr Dzhyndzhoian, Tatiana Kubakh and Kostiantyn Horb. Business marketing activities in Ukraine during wartime. *Innovative Marketing*, 2022. 18(3), p. 48–58. doi:10.21511/im.18(3).2022.05. Available at: [https://www.businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/16815/IM\\_2022\\_03\\_Korneyev.pdf](https://www.businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/16815/IM_2022_03_Korneyev.pdf). (Accessed 14 December 2022).
10. Minh Minimal. War And Marketing — Part 1: Similarities And Applications In Strategic Planning. Available at: <https://minimalmarketing.com/war-and-marketing-part-1-similarities-and-applications-in-strategic-planning>. (Accessed 14 December 2022).

**Objective.** *The objective of the study is to study the problems of the formation of marketing strategies of companies during the Russian-Ukrainian war and to provide recommendations for improving their effectiveness.*

**Methods.** *In the process of writing the article, general and special methods of scientific research of economic processes were applied, in particular, a systematic approach, comparison, grouping, detailing, generalization, graphical display of information.*

**Results.** *The article reveals the peculiarities of the marketing strategies of domestic companies and international corporations and their changes in connection with the decision to leave / not leave the Russian market; systematized and corrected some aspects of this issue in the context of the Russian and Ukrainian war; the level of world support for Ukraine in the war started by Russia was analyzed, both from a financial and a moral point of view; studied the peculiarities, state of interaction and coordination of actions between the governments of different states and the relevant companies; both the largest international companies that changed their position were identified, as well as the share of companies that partially operated (or remain) on the Russian market; waves of complete or partial withdrawal of international business from the Russian market are highlighted; structured key changes in the formation of marketing strategies of companies during the Russian-Ukrainian war; measures are proposed for their adjustment in accordance with each of the elements of the marketing strategy, such as: marketing tactics, changing the market and choosing the target audience, optimizing costs, changing the content strategy, constant analysis of the external environment.*

**Key words.** *Russian and Ukrainian war, aggression, government, strategy, marketing, market, profitability, profitability, dignity, financial losses, cost optimization, target audience, tactics.*

*Надійшла до редакції 16.12.2022*

DOI : 10.33274/2079-4762-2022-52-2-75-85

JEL: M31, L29

УДК 338.486.1-029:339.138:502.131.1(045)

**Богатирьова Г. А.,**  
канд. пед. наук,  
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського,  
м. Кривий Ріг, Україна  
e-mail: bohatyryova@donnuet.edu.ua

**Барабанова В. В.,**  
канд. екон. наук,  
доцент

e-mail: barabanova@donnuet.edu.ua

### **ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ПАРАДИГМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

UDC 338.486.1-029:339.138:502.131.1(045)

**Bohatyryova G. A.,**  
PhD in Pedagogy,  
Associate Professor

Mykhailo Tuhun-Baranovskyi Donetsk National University  
of Economics and Trade,  
Kryvyi Rih, Ukraine  
e-mail: bohatyryova@donnuet.edu.ua

**Barabanova V. V.,**  
PhD in Economic Sciences,  
Associate Professor

e-mail: barabanova@donnuet.edu.ua

### **FEATURES OF MARKETING MANAGEMENT OF A TOURIST ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT PARADIGM**

***Мета.** Мета статті полягає у визначенні сутності маркетингового управління туристичним підприємством в умовах парадигми сталого розвитку, обґрунтуванні особливостей функціонування туристичних підприємств на основі активного запровадження управління маркетинговою діяльністю підприємства.*

***Методика.** Теоретико-методологічною основою дослідження є положення сучасної економічної теорії, теорії управління, наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених в галузі маркетингового управління. У дослідженні використані методи, що забезпечують його логічну сутність — діалектичний метод наукового пізнання, метод системно-структурного аналізу, метод моделювання складних систем.*

***Результати.** У статті авторами розглянуті питання маркетингових підходів до управління діяльністю туристичного підприємства в умовах парадигми сталого розвитку. Визначено, що система управління повинна мати маркетингову орієнтацію, яка дозволить стимулювати розробку стратегій переходу підприємств від застарілих форм і методів управління і господарювання до нових, науково-обґрунтованих ринкових методів, які передбачають маркетинговий підхід.*

*Визначено, що актуальним є розробка нової системи комплексного управління маркетинговою діяльністю, яка повинна визначати місію підприємства, які ресурси і в який період будуть необхідні туристичному підприємству для досягнення маркетингових цілей; яким чином досягнути найбільш ефективного використання залучених ресурсів.*

*Автори зауважують, що маркетингове управління туристичним підприємством потребує планування маркетингової діяльності, яка повинна мати комплексний характер та реалізацію корпоративного, локального та рівня структурного підрозділу. Розроблена авторами структурно-функціональна модель маркетингового управління туристичним підприємством в умовах парадигми сталого розвитку дає уявлення є системним об'єктом, що дозволяє виявити закономірності функціонування об'єкта і прослідкувати причинно-наслідкові зв'язки між поведінкою системи та характером впливу, який здійснюється.*

***Ключові слова:** маркетингове управління туристичним підприємством, структурно-функціональна модель, ринок туристичних послуг.*

**Постановка проблеми.** В умовах парадигми сталого розвитку актуальним є удосконалення системи управління маркетинговою діяльністю туристичного підприємства, спрямованої на популяризацію та збільшення туристичного потенціалу в цілому.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Методологічні та методичні проблемні питання маркетингової діяльності підприємств були предметом наукових досліджень вітчизняних і зарубіжних авторів: О. М. Азарян, В. К. Бабарицької, В. М. Бондаренко, Г. М. Гудзенко, Ф. Котлера, Д. Л. Мельник та ін. Серед дослідників, які вивчають особливості управління туристичними підприємствами варто відзначити Л. І. Бурдонос, М. В. Власової, І. В. Давиденко, Г. Є. Кудли, О. В. Боднарук та інших науковців.

Проте, в умовах парадигми сталого розвитку, зростання конкуренції та невизначеності середовища діяльності туристичних підприємств питання розробки нових та удосконалення наявних маркетингових підходів до управління туристичним підприємством є актуальним для подальших наукових пошуків.

**Мета статті** полягає у визначенні сутності маркетингового управління туристичним під-

приємством в умовах парадигми сталого розвитку, обґрунтуванні особливостей функціонування туристичних підприємств на основі активного запровадження управління маркетинговою діяльністю підприємства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

Роль маркетингу незамінна у вивченні туристського ринку, розуміння його функціонування в цілому та окремих сегментів, що дозволяє розробляти і впроваджувати управлінські стратегії, які дозволяють задовольнити потреби споживачів в умовах парадигми сталого розвитку.

На жаль, як показує практика, розуміння ролі маркетингу в роботі підприємства часто обмежується лише сукупністю засобів стимулювання збуту та реклами. Використання лише цих засобів не створює умов, які сприяють пристосуванню туристичного підприємства до вимог ринку. Вчені зауважують, що серед пріоритетних функцій маркетингу в діяльності підприємства будь якого профілю можна виділити «комплексне дослідження ринку, стратегію і тактику маркетингу; товарну, цільову та збутову політику підприємства; просування товару; контроль маркетингової діяльності підприємства тощо» (рис. 1) [5].



Рис. 1. Функції маркетингу (розроблено авторами)

Вчені, які досліджували процедуру управління маркетинговою діяльністю підприємства вважають, що на першому етапі потрібно здійснити діагностику стану підприємства; визначити перспективні цілі, плани розвитку (антикризова маркетингова стратегія). На-

ступним етапом повинна стати «розробка антикризової маркетингової тактики та оцінка ефективності заходів з управління маркетингом в умовах кризи» [11].

Маркетинг є базовою функцією управління підприємством в умовах ринку. Вчені ви-

значають пріоритетні процедури управління (рис. 2), до яких відносять: відбір цільових сегментів та визначення найбільш привабливих;

«формування в інтересах підприємства змінних факторів зовнішнього середовища, включаючи поведінку споживачів; створення для



Рис. 2. Процедури процесу управління маркетинговою діяльністю підприємства (розроблено авторами)

цільового споживача сприятливого образу підприємства і всієї його діяльності тощо)» [14].

Вчені виокремлюють етапи стратегічного управління, до яких відносять: стратегічний аналіз, визначення місії та цілей, стратегічний план та його складові [10].

Як показало наше дослідження, маркетингове управління забезпечує гармонійний взаємозв'язок зовнішнього і внутрішнього простору підприємства, соціальних та економічних цілей його функціонування. Розвиток підприємства повинен бути гармонійним, тому і потрібен даний взаємозв'язок між зовнішнім і внутрішнім, економічним і соціальним середовищем, і такий зв'язок може забезпечити тільки маркетингова діяльність (рис. 3).

Управління маркетингом є найважливішою складовою загальної системи управління туристичним підприємством. Його головне завдання полягає в тому, щоб домогтися найкращого узгодження внутрішніх можливостей туристичного підприємства з вимогами зовнішнього середовища для одержання прибутку на ринку туристичних послуг.

Управління (від англ. management — управління, завідування) — це «системна сукупність процесу управління (сукупність виконуваних функцій), організації управління (організаційної структури) та інформації, яка поєднує перші дві складові в процес свого використання» [2].

Вчені Л. І. Бурдонос, О. В. Вертелева під маркетинговим управлінням туристичним підприємством розуміють «цілеспрямовану координацію і формування всіх заходів фірми, пов'язаних з ринковою діяльністю на рівні підприємства, на рівні ринку і суспільства в цілому, і котрі базуються на принципах маркетингу» [3; 4].

Сутність маркетингового управління підприємств розкривається через виконуваним функції. Специфічними функціями управління на підприємствах туристичної сфери є такі: «підготовка та прийняття рішень, координація виконання рішення з організації спільної взаємодії інших учасників туристичного ринку, які задіяні до надання певних туристичних послуг по даному ексклюзивному турпродукту; контроль за процесом надання турпослуг;

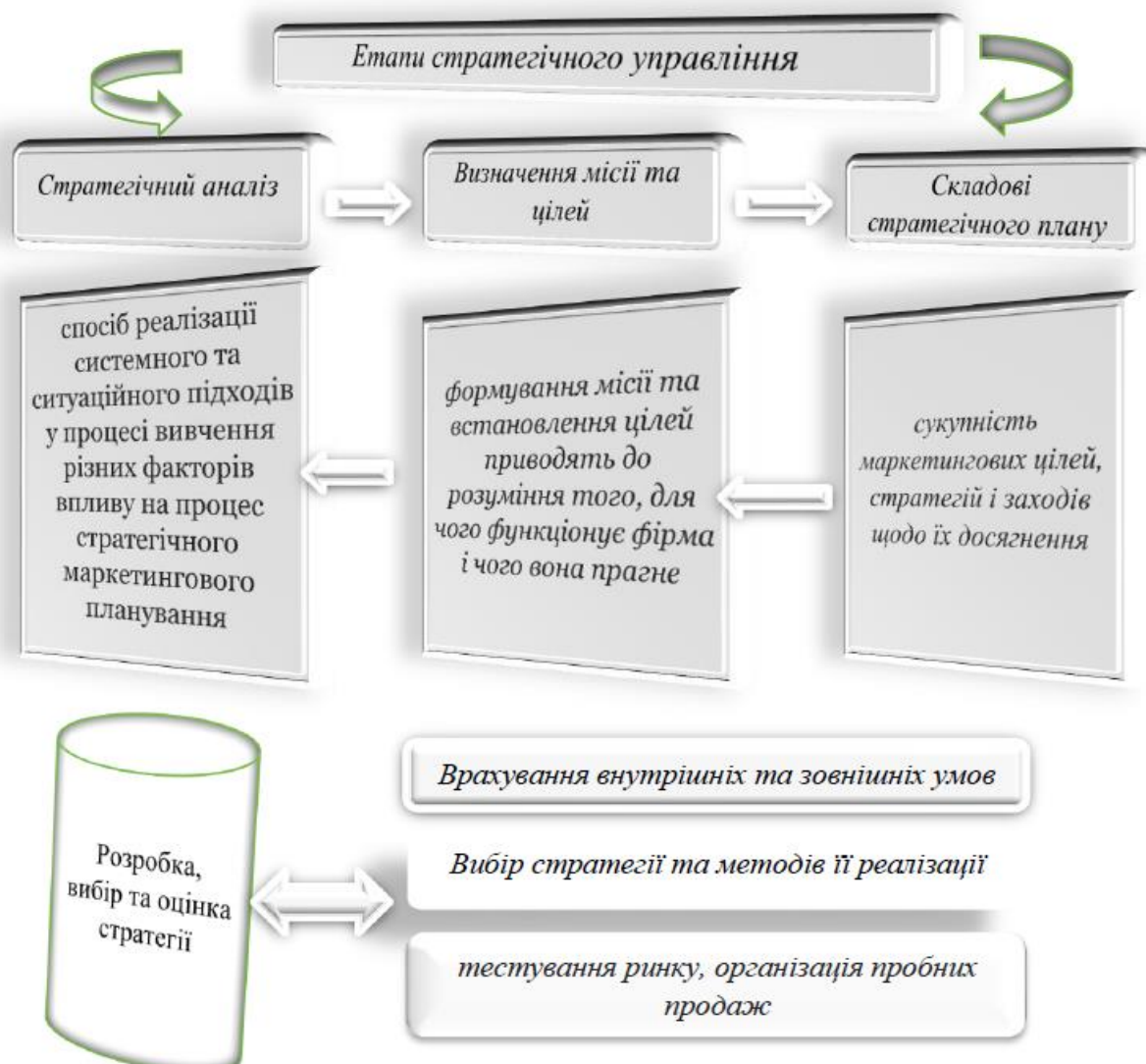


Рис. 3. Етапи стратегічного управління (розроблено авторами)

контроль за виконанням прийнятих рішень; виконання рішень тощо» [6].

Реалізація функцій маркетингового управління дозволить підприємствам туристичного профілю перейти від застарілих форм і методів управління та господарювання до нових, науково-обґрунтованих ринкових методів, які передбачають маркетинговий підхід. Мова йде, зокрема про мотиваційну функцію, яка передбачає створення ефективних моральних і матеріальних стимулів для працівників туристичного підприємства. Важливо те, що вона забезпечить ефективне виконання працівниками своїх функціональних і професійних обов'язків. Функція контролю, наприклад, передбачає контролювання запланованих заходів, моніторинг і аналіз результатів їх виконання (рис. 4). Зауважимо, що всі функції працюють і реалізуються системно, саме за та-

ких умов можна сподіватися на ефективність розробленої стратегії маркетингового управління туристичним підприємством.

Ми дійшли висновку, що основним завданням маркетингового управління туристичним підприємством в умовах парадигми сталого розвитку є «вплив на рівень, час і характер попиту таким чином, щоб це допомогло підприємству в досягненні поставлених цілей, а також у впливові на формування і прийняття ефективних управлінських рішень» [6].

Процес маркетингового управління (рис. 5) підприємства має ряд специфічних особливостей, серед яких: «спрямованість на потреби та запити ринку і споживачів, ситуаційний характер процесу управління, постійний збір і обробка необхідної інформації, швидке пристосування до мінливого марке-

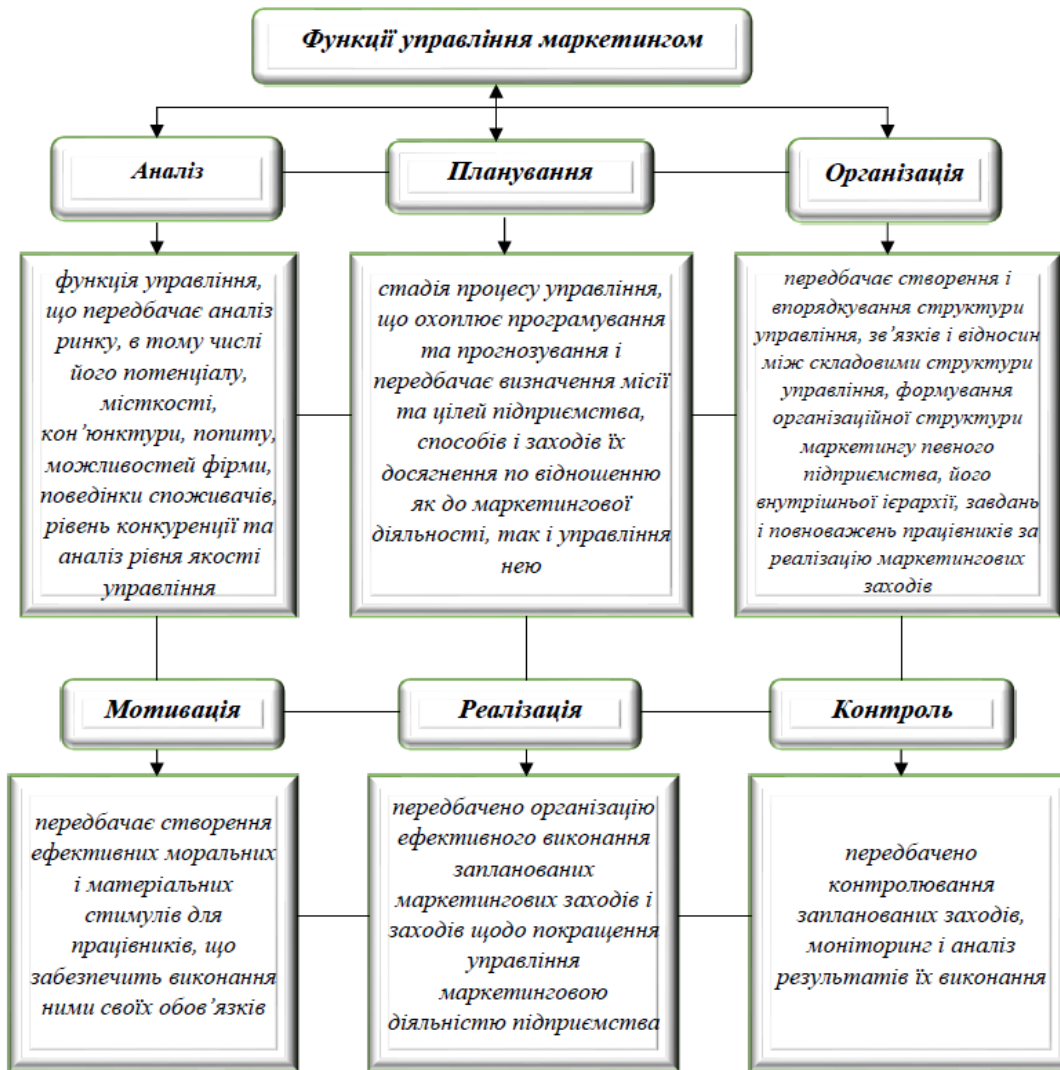


Рис. 4. Функції маркетингового управління (розроблено авторами)



Рис. 5. Завдання управління маркетингом (розроблено авторами)

тингового середовища, використання програм маркетингу, завоювання ключових сегментів ринку» [1].

Маркетингове управління дає можливість підвищити ефективність діяльності підприємства в стимулюванні збуту, рекламі, у впливі на споживача та підвищенні конкурентних переваг, в отриманні прибутку. Воно може бути реалізоване з позицій п'яти підходів: вдосконалення виробництва, товару, інтенсифікації комерційних зусиль, маркетингу, соціально-етичного маркетингу. Автори концепції вдосконалення виробництва стверджують, що «споживачі будуть прихильні до товарів, які широко поширені і доступні за ціною, а як наслідок — компанія повинна зосередити свої зусилля на вдосконаленні виробництва і підвищенні ефективності системи розподілу» [8]. Застосування цієї концепції можна використати в двох ситуаціях: коли попит на товар перевищує пропозицію і коли собівартість товару дуже висока і її необхідно понизити, для чого потрібно підвищити продуктивність.

Німецькі вчені А. Rieger, Р. Roth та А. Schrand визначають маркетинг у туризмі як «ринкове управління, спрямоване на досягнення цілей туристичного підприємства ефективніше, ніж у конкурентів, задовольняючи при цьому потреби туристів» [13].

Крім традиційних маркетингових підходів до управління діяльністю туристичних підприємств в умовах парадигми сталого розвитку спостерігаємо і появу нових, таких, що перегукуються з інноваційними підходами, поширених у країнах з розвинутою економікою. Заслугує на увагу досвід Польщі, в якій було розроблено Програму розвитку національного туристичного продукту з пріоритетними напрямками щодо створення позитивного іміджу продукту, розвитку інформаційної мережі, популяризації в пресі, виготовлення рекламно-інформаційних матеріалів, рекламних кампаній, моніторингу ринку туристичних послуг тощо [12].

Зауважимо, що туристичні підприємства діють в умовах жорсткої конкуренції, глобалізації та реорганізації, спрямованої на розширення своєї діяльності, яка передбачає збільшення продажів туристичного продукту споживачеві через онлайн-мережі та дистанційно. У цих умовах зростає роль маркетингового управління та активного просування продуктів на ринок через впровадження су-

часних інформаційних технологій, зокрема онлайн бронювання та Інтернет-реклами, що вимагає від них швидкої реакції та змін у маркетинговій політиці.

Вищезазначені фактори підкреслюють необхідність «стратегічного ринкового управління туристичними підприємствами» [5]. Таке управління повинно орієнтуватися на надзвичайну динамічність ринків і змінність технологій. Зокрема, масштабність та перспективність ринку послуг туризму потребує створення динамічної та високоефективної системи управління підприємствами з надання послуг туризму як таких, що «є первинними в ланцюзі створення та реалізації туристичних продуктів, що спонукає туристичні підприємства шукати нові ефективні підходи до формування механізму маркетингового управління ними в умовах жорсткої конкуренції» [4].

Маркетинг, тривалий час не знаходив відповідного застосування в сфері туризму. Однак зростання конкуренції та комерціалізація туристичної діяльності призвели до необхідності впровадження його основних елементів у практику роботи туристичних підприємств. Сьогодні на туризм припадає близько 10 % виробленого валового продукту та майже 30 % світової торгівлі послугами. «Однією з основних причин стрімкого розвитку цієї сфери людської діяльності є орієнтація економіки значної частини країн світу на індустрію туризму, що пояснюється його важливою роллю в економічному зростанні держав» [9].

На сферу туризму припадає близько 7 % світових інвестицій, кожне 16-те робоче місце, 11 % світових споживачьких витрат тощо. Масштаб і стабільність темпів зростання перетворюють туризм на одну з пріоритетних сфер діяльності.

Таким чином, розробка комплексного підходу в умовах парадигми сталого розвитку до розв'язання проблемних питань маркетингового управління туристичним підприємством має велике теоретичне і практичне значення для визначення й обґрунтування шляхів найбільш ефективного розвитку туристичних послуг в Україні.

Система управління маркетинговою діяльністю туристичного підприємства (рис. 6) передбачає наявність системи керування (відділ маркетингу), яка передбачає реалізацію функцій управління маркетингом, прийняття управлінських рішень із урахування спеці-



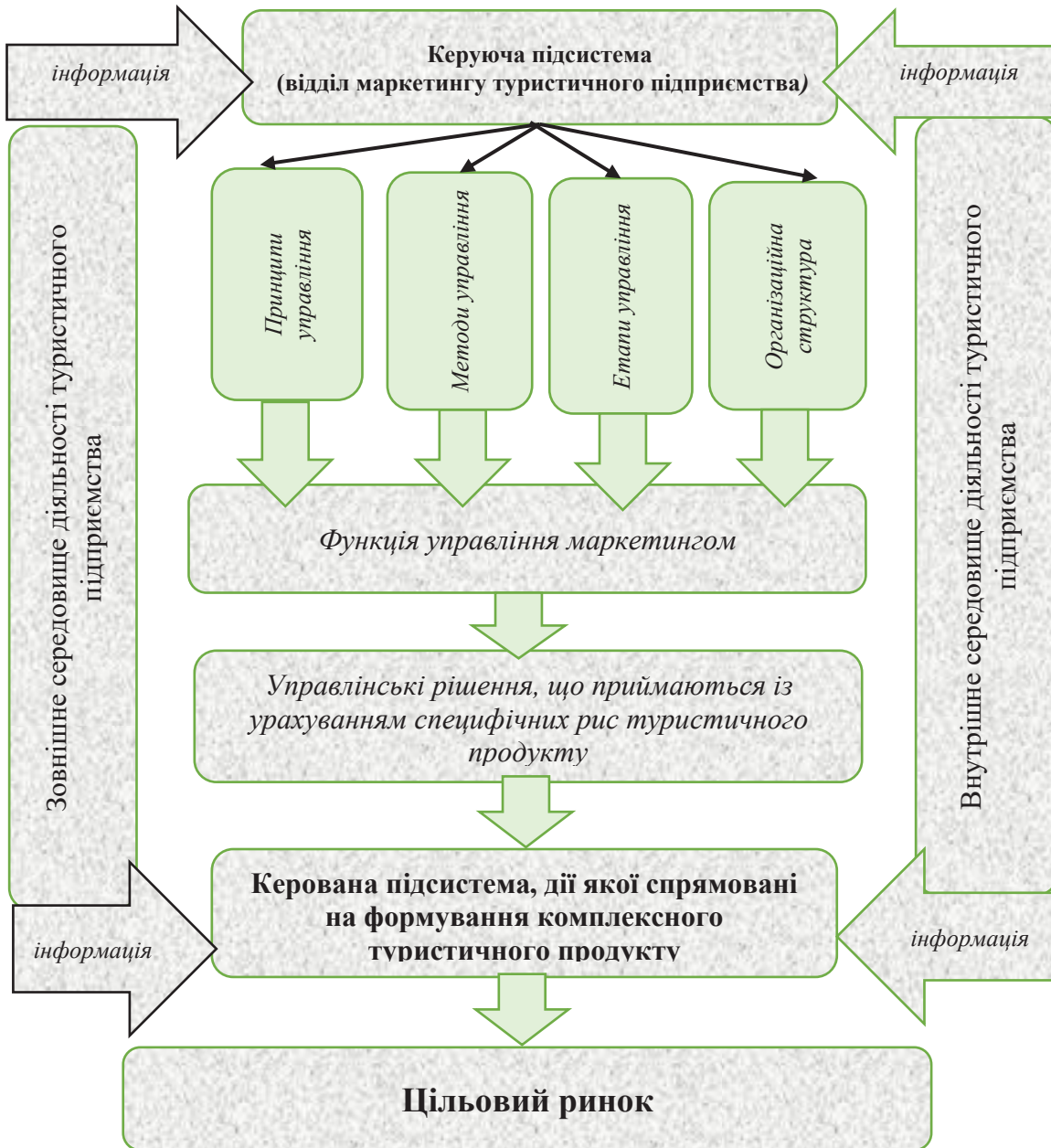


Рис. 6. Система управління маркетинговою діяльністю туристичного підприємства (розроблено авторами)

фічних рис туристичного продукту та керовану систему дій, які спрямовані на формування комплексного туристичного продукту.

Нами була розроблена структурно-функціональна модель управління маркетинговою діяльністю туристичного підприємства в умовах парадигми сталого розвитку (рис. 7).

Ця модель уявляє собою системне утворення, складові якої несуть на собі ознаки всієї системи і дають уявлення про особливості маркетингового підходу в туристичній діяльності підприємства через реалізацію маркетингової стратегії і тактики; реалізацію маркетингових заходів (здійснення дослідження і про-

гнозування ринку; вивчення внутрішнього і зовнішнього середовища туристичного підприємства; вивчення пропозицій конкурентів на ринку товарів і послуг; розробку стратегії і тактики поведінки на ринку за допомогою маркетингових програм).

Структурно-функціональна модель передбачає системний підхід до вивчення ринку товарів і послуг через реалізацію маркетингових програм, що дозволить створити для цільового споживача сприятливий образ підприємства і всієї його діяльності. Важливо при цьому враховувати, що при моделюванні та реалізації цієї системи маркетингових заходів об'єкт

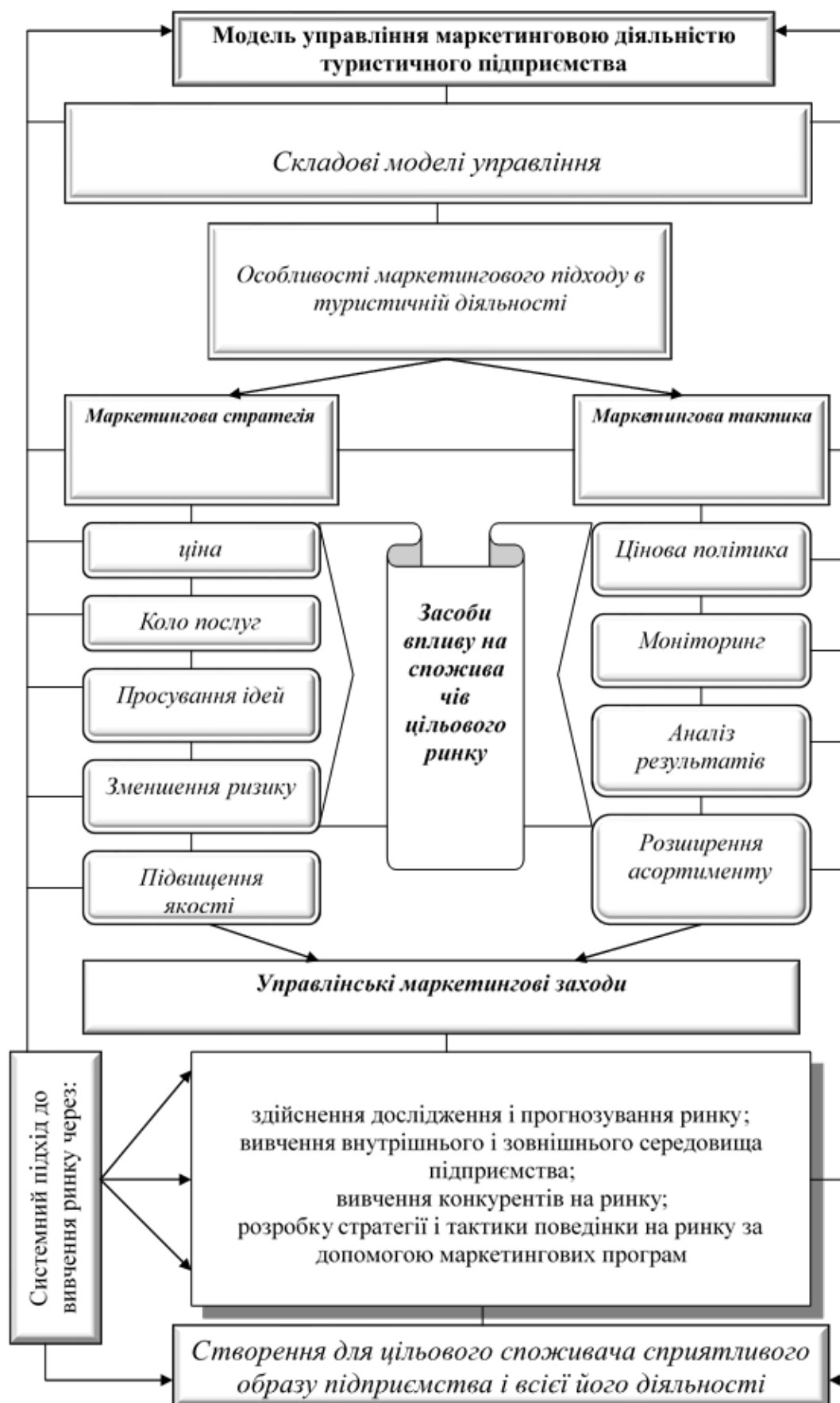


Рис. 7. Структурно-функціональна модель управління маркетинговою діяльністю туристичного підприємства (розроблено авторами)

управління може переходити в інший стан, який матиме певну ієрархію і функції об'єкта, можливість реалізації взаємозв'язків системи управління у процесі динамічних змін (логічних, функціональних, технологічних тощо). Важливим є те, що моделювання процесу маркетингового управління туристичним підприємством дозволяє виявити закономірності діяльності об'єкта і прослідкувати причинно-наслідкові зв'язки між поведінкою системи та характером впливу, який здійснюється.

**Висновки.** В сучасних умовах парадигми сталого розвитку туристичне підприємство буде працювати ефективно за умов маркетингового управління та врахування його особливостей. Цей процес маркетингового управління в туризмі має бути постійним, тому стратегічні та оперативні маркетингові плани туристичних підприємств тісно взаємопов'язані.

Водночас зазначимо, що практичній реалізації концепції маркетингового управління на туристичних підприємствах України перешкоджає відсутність досвіду комплексного використання інноваційних маркетингових інструментів, ігнорування ролі маркетингу в діяльності туристичного підприємства, недостатність висококваліфікованих кадрів, постійні зміни в ринковій кон'юнктурі, низька інформативність щодо прийняття маркетингових рішень, однобічне сприйняття маркетингу як концепції.

### Список літератури

1. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посіб. Київ : Знання України, 2002. 358 с.

2. Бондаренко В. М. Роль маркетингу в системі управління підприємством. *Економіка. Управління. Інновації*. 2015. № 2 (14). URL : [http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/eui\\_2015\\_2\\_4.pdf](http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/eui_2015_2_4.pdf). (дата звернення: 16.11.2022).

3. Будя О. П., Вертелева О. В. Інноваційні напрямки розвитку маркетингу в сфері туризму і гостинності. *Зовнішня торгівля: право та економіка*. 2008. № 6. С. 142–149.

4. Бурдонос Л. І. Особливості маркетингу туристичних підприємств в Україні. *Еконо-*

*мічний вісник університету*. 2013. Вип. 20(1). С. 48–53.

5. Власова М. В. Стратегічне управління діяльністю туристської фірми в умовах конкурентного середовища : навч. посіб. Київ : Либідь, 2006. 242 с.

6. Годованюк А. В. Специфіка маркетингових досліджень на ринку туристичних послуг. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. Вип. 2. Т. 1. С. 172–175.

7. Данько Н. І., Курінна С. С. Сучасні тенденції маркетингу на туристичних підприємствах. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2018. Вип. 7. С. 102–108.

8. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг. Київ : Знання, 2011. 351 с.

9. Кулешова Н. В. Аналіз сучасних методів та моделей формування маркетингової стратегії туристичних підприємств. *Ефективна економіка*. 2011. № 4. С. 27–35.

10. Павленко А. Ф. Маркетинг: підручник. Київ : КНЕУ, 2003. 246 с.

11. Туницький Н. О. Системний підхід до організації маркетингу на підприємстві. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 4. С. 29–35.

12. McGavock D. M. Intangible assets: A ticking time bomb. Chief Executive. New York. 2002. Available at: <http://www.chiefexecutive.net/depts/chiefconcern/183.htm>. (Accessed 10 November 2022).

13. Clifton R. Surviving Enron: the real value of branding. Available at: <https://www.scribd.com/document/127436/Clifton>. (Accessed 10 November 2022).

14. Roth, P., Schrand, A. 2005. *Touristik-Marketing*. Munchen, Vahlen, 457 p.

### References

1. Ahafonova, L. H., Ahafonova, O. Ie. (2002). *Turyzm, hotelnyi ta restorannyi biznes: tsinoutvorennia, konkurentsii, derzhavne rehuliuвання* [Tourism, hotel and restaurant business: pricing, competition, state regulation]. Kyiv, Knowledge of Ukraine, 358 p.

2. Bondarenko, V. M. (2015). *Rol marketynhu v systemi upravlinnia pidpryemstvom* [The role of marketing in the enterprise management system]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii* [Economy. Management. Innovations], no. 2 (14). Available at: [http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN](http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN)

N=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\_FILE\_DOWNLOAD=1&image\_file\_name=PDF/eui\_2015\_2\_4.pdf. (Accessed 16 November 2022).

3. Budia, O. P., Vertelieva, O. V. (2008). *Innovatsiini napriamky rozvytku marketynhu v sferi turyzmu i hostynnosti* [Innovative directions of marketing development in the field of tourism and hospitality]. *Zovnishnia torhivlia: pravo ta ekonomika* [Foreign trade: law and economics], no. 6, pp. 142–149.

4. Burdonos, L. I. (2013). *Osoblyvosti marketynhu turystychnykh pidpriemstv v Ukraini* [Peculiarities of marketing of tourist enterprises in Ukraine]. *Ekonomichnyi visnyk universytetu* [Economic Bulletin of the University], vol. 20(1), pp. 48–53.

5. Vlasova, M. V. (2006). *Stratehichne upravlinnia diialnistiu turystskoi firmy v umovakh konkurentnoho seredovyshcha* [Strategic management of the activities of a tourist company in a competitive environment: a study guide]. Kyiv, “Lybid” Publ., 242 p.

6. Hodovaniuk, A. V. (2010). *Spetsyfika marketynhovykh doslidzhen na rynku turystychnykh posluh* [The specifics of marketing research in the market of tourist services]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu* [Bulletin of the Khmelnytskyi National University], vol. 2, pp. 172–175.

7. Danko, N. I., Kurinna, S. S. (2018). *Suchasni tendentsii marketynhu na turystychnykh pidpriemstvakh* [Modern marketing trends in tourist enterprises]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Serii: Miz-*

*hnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm* [Bulletin of Kharkiv National University named after V. N. Karazin. Series: International relations. Economy. Local studies. Tourism], vol. 7, pp. 102–108.

8. Kudla, N. Ie. (2011). *Marketynh turystychnykh posluh* [Marketing of tourist services]. Kyiv, “Knowledge” Publ., 351 p.

9. Kulieshova, N. V. (2011). *Analiz suchasnykh metodiv ta modelei formuvannia marketynhovoї stratehii turystychnykh pidpriemstv* [Analysis of modern methods and models of marketing strategy formation of tourist enterprises]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy], no. 4, pp. 27–35.

10. Pavlenko, A. V., Voychak, A. V. (2003). *Marketynh* [Marketing]. Kyiv, KNEU, 246 p.

11. Tunitskyi, N. O. (2008). *Systemnyi pidkhid do orhanizatsii marketynhu na pidpriemstvi* [A systematic approach to the organization of marketing at the enterprise]. *Aktualni problemy ekonomiky* [Actual problems of the economy], no. 4, pp. 29–35.

12. McGavock, D. M. (2002). *Intangible assets: A ticking time bomb*. Chief Executive. New York. Available at: <http://www.chiefexecutive.net/depts/chiefconcern/183.htm>. (Accessed 10 November 2022).

13. Clifton, R. *Surviving Enron: the real value of branding*. Available at: <https://www.scribd.com/document/127436/Clifton>. (Accessed 10 November 2022).

14. Roth, P., Schrand, A. (2005). *Touristik-Marketing*. Munchen, Vahlen, 457 p.

**Objective.** *The objective of the article is to determine the essence of marketing management of a tourist enterprise in the context of the paradigm of sustainable development, to justify the peculiarities of the operation of tourist enterprises based on the active introduction of management of the enterprise’s marketing activities.*

**Methods.** *The theoretical and methodological basis of the research is the position of modern economic theory, management theory, scientific works of domestic and foreign scientists in the field of marketing management. The methods that ensure its logical essence are used in the research — the dialectical method of scientific knowledge, the method of system-structural analysis, the method of modeling complex systems.*

**Results.** *In the article, the authors consider the issue of marketing approaches to managing the activities of a tourist enterprise in the context of the paradigm of sustainable development. It was determined that the management system should have a marketing orientation, which will stimulate the development of strategies for the transition of enterprises from outdated forms and methods of management and management to new, scientifically based market methods that involve a marketing approach. It was determined that the development of a new system of complex management of marketing activities is relevant, which should determine the mission of the enterprise, what resources and in what period will be needed by the tourist enterprise to achieve marketing goals; how to achieve the most effective use of the resources involved. The authors note that the marketing management of a tourist enterprise requires the planning of marketing activities, which should have a comprehensive nature and be implemented at the corporate, local and structural unit level. The structural-functional model of marketing management of a tourist enterprise developed by the authors in*

*the conditions of the paradigm of sustainable development gives an idea of a system object, which allows you to identify the regularities of the object's functioning and trace the cause-and-effect relationships between the behavior of the system and the nature of the influence that is carried out.*

**Key words:** marketing management of a tourist enterprise, structural-functional model, market of tourist services.

*Надійшла до редакції 10.12.2022*

DOI : 10.33274/2079-4762-2022-52-2-85-94

JEL : M12

УДК 331.108: 338.124.4

**Іванова Н. С.,**  
д-р екон. наук,  
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського,  
м. Кривий Ріг, Україна,  
e-mail: ivanova@donnuet.edu.ua

**Рикун С. С.,**  
магістрант

e-mail: rykun@donnuet.edu.ua

### **ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗ**

UDC 331.108: 338.124.4

**Ivanova N. S.,**  
Grand PhD in Economic Sciences,  
Associate Professor

Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk National  
University of Economics and Trade,  
Kriviy Rih, Ukraine,  
e-mail: ivanova@donnuet.edu.ua

**Rykun S. S.,**  
Master

e-mail: rykun@donnuet.edu.ua

### **FEATURES OF INDUSTRIAL ENTERPRISE STAFF MOTIVATION IN CRISIS CONDITIONS**

**Мета.** Метою даної статті є дослідження особливостей мотивації персоналу промислового підприємства в умовах криз.

**Методи.** Для досягнення визначеної мети застосовувалися метод синтезу, теоретико-аналітичний метод, метод аналізу, горизонтальний аналіз, вертикальний аналіз, метод статистичних порівнянь, метод узагальнення, методи індукції та дедуції, метод графічного аналізу.

**Результати.** Проведено теоретичне дослідження системи мотивації персоналу організації в умовах кризи; доведено важливість мотиваційного аспекту антикризового управління персоналом; проаналізовано існуючу систему матеріального заохочення вищого керівництва ArcelorMittal за період 2019–2021 рр. В результаті проведеного дослідження відзначено наявність достатньо ґрунтовної системи мотивування на ArcelorMittal, із сформованими принципами, філософією, організаційним та нормативним забезпеченням. При цьому система матеріального заохочення реалізується через управління за цілями із градацією за посадами та за елементами матеріального заохочення (базова заробітна плата, короткострокове та довгострокове заохочення). Особливістю адаптованої під умови кризи системи мотивації є зменшення ставок елементів винагород вищого керівництва і, окрім того кризові явища можуть негативно вплинути на рівень досяжності визначених цілей і тим самим зменшити суми винагород. Система нематеріального заохочення також характеризується різноманітністю та системністю, до якої залучені всі співробітники і, яка спрямована на: комунікації (підтримка у складні часи), виявлення потреб працівників та на їх професійне зростання. Принципи та філософія системи мотивування ArcelorMittal знайшли своє відображення і в системі управління персоналом «АрселорМіттал Кривий Ріг».

*Ключові слова:* управління персоналом, мотивація, криза, антикризове управління, пандемія, війна.

**Постановка проблеми.** В основі будь-якої системи мотивації покладено потреби об'єкта мотивування. Кризи останніх років внесли значні зміни не лише в організацію, а й у спосіб мислення та сприйняття працівників: для кого раніше мотивація означала визнання та професійний розвиток, то під впливом кризових явищ — повертаються до основних рівнів теорій мотивації, особливо до тих, які стосуються безпеки роботи.

Актуальність дослідження особливостей системи мотивації персоналу в умовах криз обґрунтовується і частотою криз, які впливають на організації, кількість яких, здається, зростає з роками. Тому в представленій роботі зроблена спроба дослідити елементи систем мотивації та їх зміни під впливом кризи COVID-19. Об'єктом дослідження виступають елементи системи мотивації однієї з провідних світових інтегрованих металургійних і гірничодобувних компаній ArcelorMittal. Успішний досвід впровадження відповідних систем мотивації у провідних підприємствах дозволить іншим організаціям адаптувати їх під власні потреби та цілі.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Теоретичним, методологічним і практичним аспектам антикризового управління мотивацією в нестабільних умовах присвячені праці українських та зарубіжних авторів, наприклад, роботи Герберга, МакГрегора, Макклелланда, Р. Кривяну (R. Criveanu) [1], Б. Гайдзік (B. Gajdzik) [2], І. Гігаурі (I. Gigaury) [3], А. Бандура (A. Bandura) [4], Е. Локк (E. Locke) [5], Г. Летама (G. Latham) [5], О. Власенко, Ю. Чарикової, А. Литвиненко, В. Філіппова, І. Єпіфанової, В. Колесник, В. Пуртова, Л. Філіпішиної.

Не можна не погодитися із твердженням О. Власенко, що криза загрожує підприємству не тільки фінансовими проблемами, але й втратою кваліфікованих кадрів, без яких стає неможливим подолання кризи [6]. Заслуговує на увагу і сформована на основі виявлених потреб та впливу мотивувальних факторів антикризова мотиваційна модель, представлена у вигляді трансформованої піраміди А. Маслоу.

А. Литвиненко, О. Тимошенко та Є. Шевченко запропоновано комплекс адаптивних антикризових заходів та алгоритм дій для під-

приємства у період кризи, які слід впроваджувати для безперебійної та максимальної роботи підприємства в умовах пандемії [7].

Локка (Locke E. A.) та Летама (Latham G. P.) розглядають мотивацію персоналу як когнітивний елемент, який можна зрозуміти через когнітивні процеси, такі як цілі в рамках теорії цілепокладання [5]. Цілі служать стандартами задоволення потреб, причому складніші цілі вимагають більших зусиль для їх досягнення, ніж легкі цілі [8]. Цілі часто використовуються в рамках концепції управління за цілями, що передбачає перетворення загальних організаційних цілей у конкретні, вимірювані, визначені в часі та досяжні (SMART) цілі для організаційних підрозділів та окремих членів. Оскільки цілі роблять роботу змістовною та складною, їх можна розглядати як внутрішні мотиватори в теорії двох факторів Герцберга.

Науковий світ не залишив осторонь і проблему здійснення господарської діяльності в умовах військової агресії росії проти України. Одними з них є В. Філіппов, А. Дирда та І. Хінев, які розглядають саме питання адаптації системи мотивації праці персоналу на інноваційних підприємствах сталого розвитку під час воєнного стану в Україні. Погоджуємося із їх твердженням, що «адаптована система мотивації праці персоналу на інноваційних підприємствах сталого розвитку в умовах військового стану в країні має враховувати такі аспекти, як потреба в базових фізіологічних потребах, стабільності робочого місця та виплат заробітної плати, психологічний стан працівників, почуття патріотизму та важливості власного внеску в загальну національну боротьбу [9].

Отже, проблема пошуку ефективних систем мотивації не є новою, але сучасні виклики, кризові явища та кризові стани на рівні країн, регіонів і підприємств актуалізували її значення в рамках антикризового управління організацією.

**Метою статті** є дослідження особливостей мотивації персоналу промислового підприємства в умовах криз.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У важкі часи хвилювання персоналу про своє фінансове та професійне майбутнє робить їх невпевненими, що шкодить компанії, оскільки

може призвести до зниження продуктивності. Майбутнє компанії залежить від відданості та лояльності співробітників. Зазвичай інтереси компаній мають включати більше, ніж реорганізацію програми та реструктуризацію компанії та персоналу, вони повинні зосередити свою увагу на працівниках, що залишилися в компанії. Головним мотивувальним фактором у цей час стає стабільність [1].

В умовах кризових явищ керівники металургійних підприємств мають навчитися гнучко керувати компанією, швидко реагувати на зміни динамічних умов функціонування (різні комбінації стратегій, ресурсів, методів та інструментів). Металургійні заводи впроваджують нові методи та техніки менеджменту, наприклад TPM, SMED, TQM, 5S, Six Sigma, FMEA. На етапі організаційно-управлінських змін металургійний завод поєднує планування діяльності з її реалізацією та оцінкою результатів (управління за цілями). У сфері управління персоналом багаточого змінилося. Інтелектуальним капіталом стають працівники, які беруть участь у діяль-

ності компанії. Своїми знаннями та досвідом вони беруть участь у процесі вдосконалення підприємства.

ArcelorMittal є провідною світовою інтегрованою сталеливарною та гірничодобувною компанією. Він став результатом злиття в 2007 році компаній Mittal Steel Company N. V. і Arcelor. З моменту свого створення ArcelorMittal пережив періоди зовнішнього зростання, а також консолідації та зменшення боргових зобов'язань (зокрема через відчуження інвестицій), протягом декілька років після світової фінансової та економічної кризи 2008–2010 років [10].

ArcelorMittal має сталеплавильні підприємства в 16 країнах на чотирьох континентах, включаючи 37 інтегрованих і міні-заводів з виробництва сталі. Станом на 31 грудня 2021 року в ArcelorMittal безпосередньо працює близько 158 000 осіб, а також велика кількість підрядників і працівників, які працюють неповний робочий день, рис. 1.

Отже, під час активної фази кризи COVID-19 в 2020 році кількість працівників

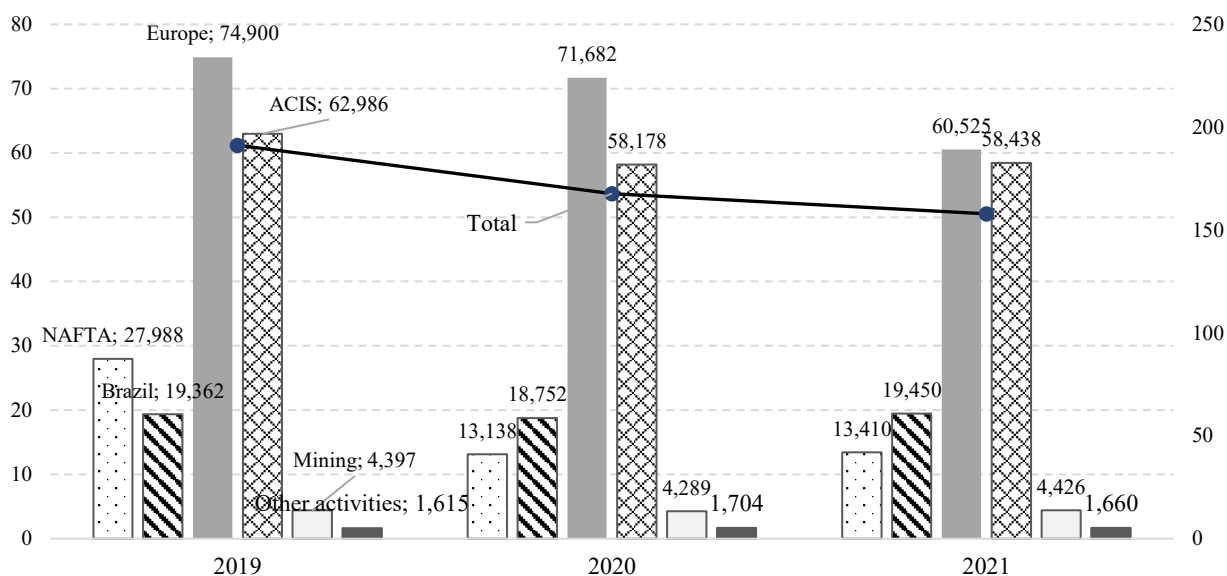


Рис. 1. Динаміка кількості працівників ArcelorMittal за сегментами, 2019–2021 рр. (складено за даними [10])

ArcelorMittal зменшилася на 23505 осіб (на 12 %) відносно 2019 року. Таке зменшення спричинено здебільшого продажем ArcelorMittal USA: за сегментом NAFTA кількість персоналу зменшилася на 53 % (на 14850 осіб).

Європейський сегмент зменшив кількість працівників у 2020 році на 4 % (на 3218 осіб), в 2021 році тенденція продовжилась і станом

на кінець 2021 року їх кількість склала 60525 осіб, що на 15,6 % менше попереднього періоду. Натомість станом на кінець 2021 року збільшилася кількість персоналу по сегменту Brazil на 698 осіб або на 3,7 % відносно 2020 року і склала 19450 осіб. За сегментом Mining зафіксовано збільшення персоналу на 137 осіб або на 3,2 %.

Протягом всього періоду дослідження (2019–2021 рр.) найбільша частка персоналу зосереджена у європейському сегменті, відповідно: 39,2 %; 42,7 %; 38,3 %, рис. 2.

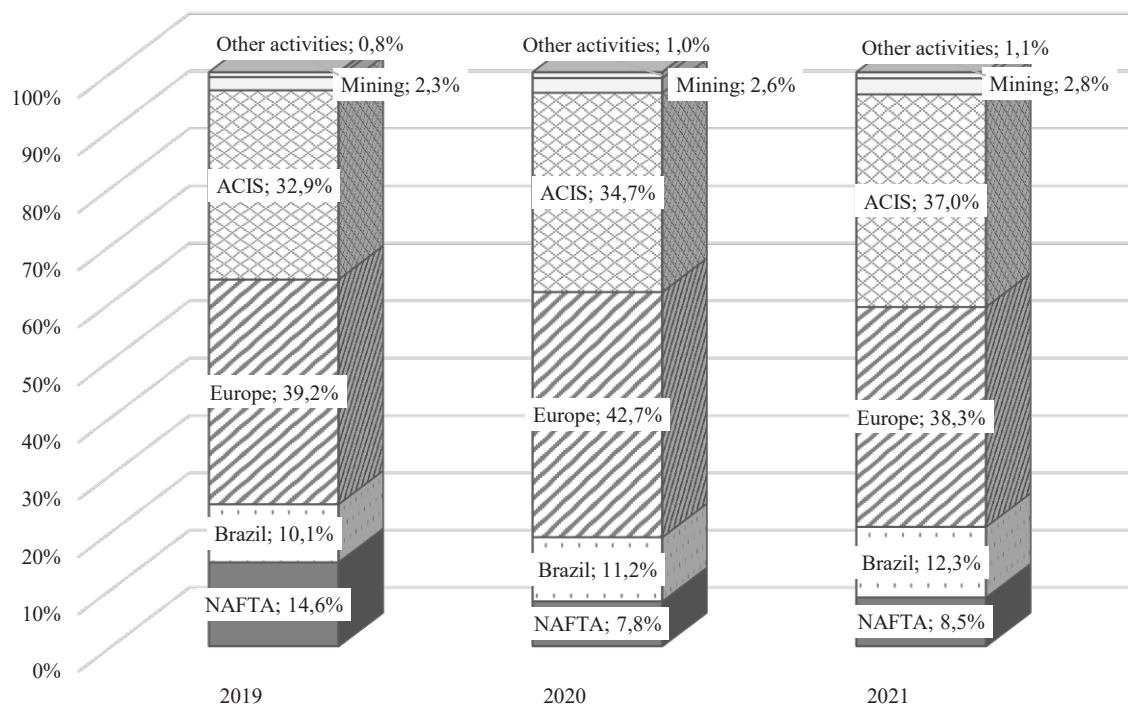


Рис. 2. Розподіл персоналу ArcelorMittal за сегментами, 2019–2021 рр.  
(розраховано за даними [10])

Отже спостерігається зменшення частки європейського сегменту на 4,4 відсоткових пункти.

ArcelorMittal управляється Радою директорів і вищим керівництвом. Вище керівництво ArcelorMittal складається з виконавчого офісу, до складу якого входять виконавчий голова (Лакшмі Н. Міттал), і генеральний директор (Адітя Міттал). Виконавчий офіс формує команда з семи інших виконавчих директорів, які разом охоплюють ключові регіони та корпоративні функції.

Одним з п'яти ключових стратегічних факторів ArcelorMittal визначено як найкращі таланти співробітників. Успіх ArcelorMittal залежатиме від їхніх якостей і здатності підприємства залучати, мотивувати та винагороджувати їх. Досліджуване підприємство прагне інвестувати у своїх співробітників і забезпечувати міцне керівництво. В стратегії ArcelorMittal зафіксовано вдосконалення процесів залучення, розвитку та утримання найкращих талантів.

В даному дослідженні висвітлено питання системи матеріального заохочення вищого керівництва ArcelorMittal. Отже визначено, що політику щодо базової заробітної плати, короткострокових і довгостроко-

вих стимулів вищого керівництва визначає Комітет з питань призначення, винагороди та корпоративного управління, основною функцією якого є надання допомоги Раді директорів та ряд питань щодо мотивування персоналу (перегляд та затвердження корпоративних цілей та завдань, що стосуються винагород виконавчих службовців і вищого керівництва, а також оцінку результатів діяльності з урахуванням цих цілей; огляд аналізу консалтингових фірм в контексті винагород за корпоративне управління; перегляд планування наступності та програми розвитку керівників для перетворення їх на членів виконавчого складу тощо).

Система матеріальної мотивації вищого керівництва ArcelorMittal представлено у табл. 1.

Обґрунтування рішення щодо винагороди вищого керівництва ArcelorMittal є досягнення цільових значень показників: EBITDA (аналітичний показник, що дорівнює обсягу прибутку до вирахування витрат з виплати відсотків, податків і нарахованої амортизації), FCF (вільний грошовий потік), Gap to competition (Розрив у конкуренції), здоров'я та безпека, ESG (навколишнє середовище, соціальна сфера та управління), EPS (прибуток



## Політика матеріальної мотивації вищого керівництва ArcelorMittal (складено за даними [11])

Оплата праці	Період	Стратегія	Характеристика
Зарплата (Salary)	2021	Набір і утримання (Recruitment and retention)	Переглядається щорічно комітетом ARCG з урахуванням ринкових даних Збільшується залежно від ефективності Компанії та індивідуальної ефективності
Короткострокові стимули (Short-term incentives — STI)	2021	Реалізація стратегічних пріоритетів і фінансовий успіх (Delivery of strategic priorities and financial success)	Максимальна винагорода STI у розмірі 270% від базової заробітної плати для виконавчого голови та генерального директора та 157,5% від базової заробітної плати для інших виконавчих службовців 100% STI оплачується грошима (cash) Головний пріоритет ArcelorMittal Здоров'я та безпека є частиною STI
Довгострокові стимули (плани) (Long-term incentives (plans) — LTIP)	2022–2024	Заохочує довгострокове повернення акціонерів (Encourages long term shareholder return)	Надані номінальною вартістю 100% базової заробітної плати для виконавчого голови та генерального директора Обмежені пакети акцій загальною номінальною вартістю 75% є орієнтиром для інших виконавчих директорів Акції набувають права після трирічного періоду ефективності Передача прав, пов'язана з результатами діяльності
Ключові показники ефективності з 2021 року			
Показники (Metrics)	Схема (Scheme)		Обґрунтування (Rationale)
ЕБІТДА (Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization)	STI		Демонструє зростання та операційну ефективність базових підприємств
FCF (Free Cash Flow — вільний грошовий потік)	STI		
Gap to competition (Розрив у конкуренції)	STI / LTIP		Перевершують конкурентів
Health & Safety (здоров'я та безпека)	STI		Здоров'я та безпека працівників є основною цінністю для Компанії
ESG (Environment, social and governance — Навколишнє середовище, соціальна сфера та управління)	LTIP		Поліпшити здоров'я та безпеку, досягти цілей декарбонізації та різноманітності і залучення
EPS (Earnings per share — Прибуток на акцію)	LTIP		Пов'язує винагороду з формуванням основного прибутку акціонерам

на акцію). За даними деяких показників побудовано профілі ArcelorMittal за 2019–2020 рр., рис. 3.

Дані рис. 3 свідчать, що найгірші результати діяльності ArcelorMittal за період дослідження зафіксовано в 2020 році, як наслідки кризового явища COVID-19: ЕБІТДА

складає 4,30 млн дол. США, що на –0,90 млн дол. США (–17,3 %) менше 2019 року; FCF — млн дол. США, що на –0,80 млн дол. США (–34,8 %) менше попереднього періоду; EPS складає –0,64 дол. США, що на 1,78 дол. США (–73,6 %) менше. Значно кращі результати діяльності ArcelorMittal в 2021 році:

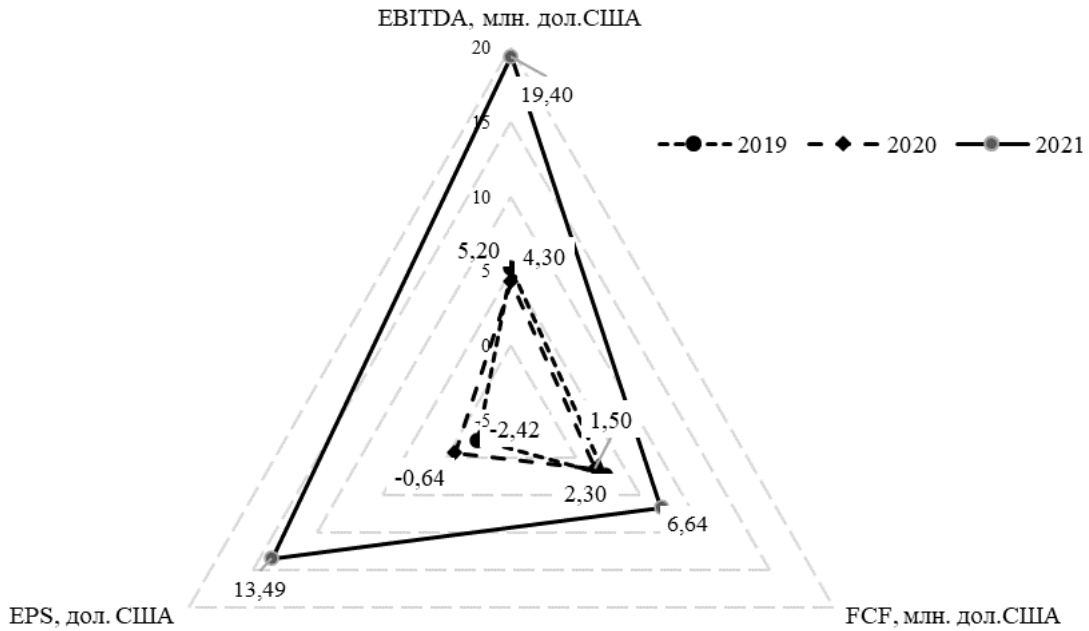


Рис. 3. Профілі ArcelorMittal за результативними показниками діяльності, 2019–2021 рр. (побудовано за даним [11])

- ЕВІТДА 19,40 млн дол. США;
- FCF 6,64 млн дол. США;
- EPS 13,49 дол. США.

Результати аналізу річної винагороди членів Ради директорів ArcelorMittal за 2017–2021 рр. дозволили зробити висновок, що під час кризи 2020 року спостерігається зменшення лише річної суми «Короткостроковий бонус за результатами роботи» на 2263 тис. доларів США або на 70,8 %, рис. 4.

Проте за результатами роботи протягом 2021 року його значення сягнуло своєї мак-

симальної позначки за весь період дослідження — 5133 тис. дол. США, що більше майже в 5 разів його значення за 2020 рік.

Річна базова заробітна плата членів Ради директорів ArcelorMittal протягом 2020–2021 років зростає — на 67,9 % (на 1066 тис. доларів США) в 2020 році та на 32,2 % (848 тис. доларів США) в 2021 році до рівня 3489 тис. доларів США.

Річна сума гонорару директора станом на кінець 2021 року складає 1784 тис. доларів США, що більше значення 2020 року на 4,6 % або на 78 тис. доларів США. Протягом 2019–



Рис. 4. Річна винагорода членів Ради директорів ArcelorMittal, 2017–2021 рр.

2020 років також зафіксовано зростання; в 2018 — зменшення на 13,5 %.

Суми винагород (відсоток від базової зарплати) вищого керівництва залежать від ступеню досягнення цілей («Цілі не досягнуті», «Цілі досягнуті», «Цілі перевищені»). Проте базова зарплата гарантується за будь-яких умов в обсязі 100 %; «Інші доплати» також не залежать від ступеню досягнення цілей, але є певні відмінності ставок між 2020 р. (криза) і 2021 р. (посткриза), табл. 2.

В 2021 році відсоток доплат виконавчого голови майже не змінився відносно 2020 року — лише збільшено відсоток інших доплат до 4 % від базової зарплати. Рівень доплат генерального директора збільшено за умови перевиконання цілей до 270 % та 100 % на короткострокові та довгострокові заохочення

відповідно. Для виконавчих директорів в 2021 році збільшено ставки за всіма елементами винагород.

На додаток до винагороди, описаної вище, інші доплати можуть надаватися вищому керівництву та, у деяких випадках, іншим працівникам. Ці інші пільги можуть включати страхування, житло (у разі міжнародних переїздів), пільги на автомобіль та податкову допомогу.

На підприємстві розвинута і система нематеріального заохочення, яка складається із різних форм, які доповнилися новими формами, адаптованими до умов кризи, спричиненою пандемією. До елементів нематеріального заохочення можна віднести наступне: Університет АрселорМіттал (у т. ч. навчальна онлайн-платформа Му

Таблиця 2

Комбінація винагород вищого керівництва ArcelorMittal, 2020-2021 рр. (складено за даними [10, 12])

Складові винагороди	Цілі не досягнуті			Цілі досягнуті			Цілі перевищені		
	виконавчий голова	генеральний директор	фінансовий директор та виконавчі директори	виконавчий голова	генеральний директор (та фінансовий директор, в 2020)	фінансовий директор та виконавчі директори	виконавчий голова	генеральний директор (та фінансовий директор, в 2020)	фінансовий директор та виконавчі директори
2020									
Базова зарплата	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Інші доплати	3%	12%	23%	3%	12%	23%	3%	12%	23%
Короткострокові заохочення	-	-	-	120%	120%	60%	270%	225%	135%
Довгострокове заохочення	-	-	-	50%	50%	60%	100%	100%	60%
2021									
Базова зарплата	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Інші доплати	4%	12%	30%	4%	12%	30%	4%	12%	30%
Короткострокові заохочення	-	-	-	120%	120%	70%	270%	270%	157,5%
Довгострокове заохочення	-	-	-	50%	50%	100%	100%	100%	150%

Virtual Campus), система «Розвиток персоналу», налагоджена система комунікацій для підтримки персоналу у складні часи для виявлення їх нагальних проблем; система управління талантами, виявлення та робота із співробітниками високого потенціалу; реалізація програми наставництва; глобальне

опитування співробітників (Speak Up); реалізація програми «Різноманітність та інклюзія»; колективні трудові договори; управління наступництвом.

У 2021 році АрселорМіттал активізували свої зусилля для виявлення та прискорення розвитку та готовності своїх праців-

ників з високим потенціалом (High Potential Employees — HiPos). Talent Acceleration Pool (TAP) — це програма прискореного розвитку для HiP, які за посадою займають в організації місце нижче за менеджера і які мають потенціал досягти принаймні рівня менеджера в організації.

На виклик кризи через пандемію COVID-19 ArcelorMittal розробив структуру управління COVID-19, щоб забезпечити регулярний потік інформації між керівництвом і критично важливими функціональними мережами та робочими групами, які або були створені для поточної кризи, або існували раніше та об'єднувалися [11, 13]. Ця структура має життєво важливе значення для встановлення принципів безпеки під час пандемії (що, як було відзначено в теоретичному дослідженні, потребують працівники найбільше в умовах кризи), враховуючи вплив на персонал ArcelorMittal, підтримуючи регулярні комунікації, визнаючи та цінуючи неймовірні зусилля та стійкість робочої сили підприємства (адже здебільшого виробничі об'єкти ArcelorMittal характеризуються безперервністю виробничого процесу), забезпечення ефективності організації, моніторинг і підтримка найбільш постраждалих регіонів.

**Висновки.** В результаті проведеного дослідження можна відзначити, що ArcelorMittal має достатньо ґрунтовну систему мотивування, із сформованими принципами, філософією, організаційним та нормативним забезпеченням. При цьому система матеріального заохочення реалізується через управління за цілями із градацією за посадами та за елементами матеріального заохочення. Особливістю адаптованої під умови кризи системи мотивації є зменшення ставок елементів винагород вищого керівництва і, окрім того кризові явища можуть негативно вплинути на рівень досяжності визначених цілей і тим самим зменшити суми винагород. Система нематеріального заохочення також характеризується різноманітністю та системністю, до якої залучені всі співробітники і, яка спрямована на: комунікації (підтримка у складні часи), виявлення потреб працівників та на їх професійне зростання.

Принципи та філософія системи мотивування ArcelorMittal знайшли своє відображення і в системі управління персоналом

«АрселорМіттал Кривий Ріг». Від початку повномасштабної війни в Україні досліджуване підприємство робить все, щоб підтримати свою багатотисячну команду в Україні. У лютому працівники заздалегідь отримали річну премію та зарплату. У березні-червні компанія виплачувала 100 % зарплати всім працівникам, задіяних у виробничій діяльності або працювали віддалено. Під час військової агресії росії проти України збереження трудового колективу залишається пріоритетом №1 для керівництва «АрселорМіттал Кривий Ріг». Щоб зберегти усі робочі місця, у серпні 2021 року компанія залишає чинним особливий графік роботи: більшість персоналу, включно з менеджментом та працівниками-іноземцями, працювали на 2/3 навантаження.

Дії керівництва ArcelorMittal спрямовані на задоволення потреби персоналу «АрселорМіттал Кривий Ріг» у безпеці та стабільності на скільки це може зробити підприємство. За перший квартал 2022 року евакуйовано близько 1000 членів сімей працівників «АрселорМіттал Кривий Ріг»; надано гуманітарну допомогу (пожертвовано 7,6 млн дол. США); зібрані кошти були спрямовані на охоплення вразливих дітей та сімей, які постраждали від війни (включаючи охорону здоров'я, освіту, захист тощо); надано логістичну допомогу співробітникам у країнах ЄС27, щоб запропонувати житло для українських працівників.

Але наявна система мотивації персоналу на рівні «АрселорМіттал Кривий Ріг» може бути удосконалена в напрямку адаптації до умов кризи — військової агресії росії на території України. Слушними є твердження дослідників В. Філіппова, А. Дирда, І. Хінева щодо адаптації системи мотивації праці персоналу на інноваційних підприємствах сталого розвитку під час воєнного стану в Україні і, які можна для «АрселорМіттал Кривий Ріг» сформувати таким чином. Адапована система мотивації праці персоналу «АрселорМіттал Кривий Ріг» в умовах воєнного стану в країні має враховувати такі аспекти, як задоволення базових фізіологічних потреб, стабільності робочого місця та виплат заробітної плати, психологічний стан працівників, почуття патріотизму та важливості власного внеску в загальну національну боротьбу.

## Список літератури

1. Iordache L. and Criveanu R. New motivation approaches during the crisis. *Economic Sciences Series*, 2010, vol. 3, issue 38, pp. 520-526
2. Gajdzik B., Diagnosis of employee engagement in metallurgical enterprise, *Metalurgija*, 2013, № 52 (1), pp. 139–142.
3. Gigauri I. Effects of Covid-19 on Human Resource Management from the Perspective of Digitalization and Work-life-balance. *International Journal of Innovative Technologies in Economy*, 2020, № 4(31), pp. 1–10.
4. Bandura, A. Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 2001, № 52(1), pp. 1–26.
5. Locke, E. A., Latham, G. P. New directions in goal-setting theory. *Current Directions in Psychological Science*, 2006, № 15(5), pp. 265–268.
6. Власенко О. С., Чарикова Ю. В. Мотивація персоналу в умовах кризи. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 17. С. 224–229.
7. Литвиненко А. О., Тимошенко О. Ю., Шевченко Є. С. Трансформація мотиваційної моделі Маслоу в умовах економічної кризи. *Економіка та держава*. 2021. № 9. С. 112–118.
8. Locke, E. Motivation through conscious goal setting. *Applied and Preventive Psychology*, 1995, № 5, С. 117 – 124.
9. Філіппов В., Дирда А., Хінев І. Адаптація системи мотивації праці персоналу на інноваційних підприємствах сталого розвитку під час воєнного стану в Україні. *Grail of Science*. 2022. № 16. С. 72–79.
10. Annual Reports 2021. ArcelorMittal. URL : <https://www.annreports.com/arcelor-mittal/arcelor-mittal-ar-2021.pdf> (дата звернення: 17.11.2022).
11. ArcelorMittal Financial Statements 2009–2022. Macrotrends. URL : <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/MT/arcelormittal/financial-statements> (дата звернення: 17.11.2022).
12. Annual Reports 2020. ArcelorMittal. URL : <https://corporate-media.arcelormittal.com/media/qecb1lavu/arcelor-mittal-annual-report-2020.pdf> (дата звернення: 17.11.2022).

## References

1. Iordache, L., Criveanu, R., (2010). New motivation approaches during the crisis. *Annals of*

*University of Craiova — Economic Sciences Series*, 3, issue 38, pp. 520-526.

2. Gajdzik, B. (2013). Diagnosis of employee engagement in metallurgical enterprise. *Metalurgija*, no. 52 (1), pp. 139–142.

3. Gigauri, I. (2020). Effects of Covid-19 on Human Resource Management from the Perspective of Digitalization and Work-life-balance. *International Journal of Innovative Technologies in Economy*, no. 4(31), pp. 1–10.

4. Bandura, A., (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, no. 52(1), pp. 1–26.

5. Locke, E.A., & Latham, G.P., (2006). New directions in goal-setting theory. *Current Directions in Psychological Science*, no. 15(5), pp. 265–268.

6. Vlasenko, O., Charykova, Yu. (2017). *Motyvatytsiia personalu v umovakh kryzy* [Motivation of staff in crisis]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky* [Global and National Problems of Economy], no. 17, pp. 224–229.

7. Lytvynenko, A., Tymoshenko, O., Shevchenko, Y. (2021). *Transformatsiia motyvatsiinoi modeli Maslou v umovakh ekonomichnoi kryzy* [Transformation of maslow's motivational model in the conditions of economic crisis]. *Ekonomika ta derzhava* [Economy and the state], vol. 9, pp. 112–118.

8. Locke, E. (1995). Motivation through conscious goal setting. *Applied and Preventive Psychology*, no. 5, pp. 117–124.

9. Filippov, V., Dyrda, A., Khiniev, I. (2022). *Adaptatsiia systemy motyvatsii pratsi personalu na innovatsiinykh pidpriemstvakh staloho rozvytku pid chas voiennoho stanu v Ukraini* [Adaptation of the staff motivation system at innovative enterprises of sustainable development during the martial law in Ukraine]. *Grail of Science*, no. 16, pp. 72–79.

10. Annual Reports 2021. ArcelorMittal. URL : <https://www.annreports.com/arcelor-mittal/arcelor-mittal-ar-2021.pdf>. (Accessed 17 November 2022).

11. ArcelorMittal Financial Statements 2009–2022. Macrotrends. URL: <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/MT/arcelormittal/financial-statements>. (Accessed 17 November 2022).

12. Annual Reports 2020. ArcelorMittal. URL : <https://corporate-media.arcelormittal.com/media/qecb1lavu/arcelor-mittal-annual-report-2020.pdf>. (Accessed 17 November 2022).

**Objective.** *The objective of this article is to study the peculiarities of the motivation of the personnel of an industrial enterprise in crisis conditions.*

**Methods.** To achieve the objective, the synthesis method, the theopetic-analytical method, the analysis method, horizontal analysis, vertical analysis, the method of statistical analysis, the generalization method, the methods of induction and deduction, and the method of graphic analysis were used.

**Results.** A theoretical study of the system of motivation of the organization's personnel in crisis conditions was conducted; the importance of the motivational aspect of anti-crisis personnel management is proven; analyzed the existing system of material support of the top management of ArcelorMittal for the period 2019–2021; As a result of the conducted research, it was recognized that there is a well-founded motivation system at ArcelorMittal, with established principles, philosophy, organizational and regulatory support. With this system, material incentives are implemented by management by goals with gradation by positions and by elements of material incentives. A feature of the motivation system's adaptability to crisis conditions is the reduction of the rates of elements of remuneration of top management and, in addition, crisis phenomena can negatively affect the level of achievement of defined goals and thereby reduce the amount of remuneration. The system of intangible support is also characterized by diversity and systematicity, in which all employees are involved and which is aimed at: communication (support in difficult hours), identifying the needs of employees and their professional growth. The principles and philosophy of the ArcelorMittal motivation system were also reflected in the ArcelorMittal Kryvyi Rih personnel management system.

**Key words:** personnel management, motivation, crisis, anti-crisis management, pandemic, war.

*Надійшла до редакції 10.12.2022*

DOI : 10.33274/2079-4762-2022-52-2-95-102

JEL : H73, H80, I39

УДК 352:351.88

**Приймак Н. С.,**  
д-р. екон. наук,  
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського,  
м. Кривий Ріг, Україна,  
e-mail: priymak@donnuet.edu.ua

**Чернега О. Б.,**  
д-р. екон. наук,  
професор

e-mail: chernega@donnuet.edu.ua

**ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ:  
ЕКОНОМІЧНІ ВИМІРИ В УМОВАХ МУНІЦИПАЛЬНОГО УТВОРЕННЯ**

UDC 352:351.88

**Pryimak N. S.,**  
Grand PhD in Economic sciences,  
Associate Professor

Mykhailo Tuhan-Baranovsky Donetsk National University of  
Economics and Trade,  
Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: priymak@donnuet.edu.ua

**Chernega O. B.,**  
Grand PhD in Economic sciences,  
Professor

e-mail: chernega@donnuet.edu.ua

**THE EFFECTIVENESS OF PUBLIC AUTHORITIES ACTIVITY:  
ECONOMIC DIMENSIONS IN THE CONDITIONS OF MUNICIPAL ENTITY**

***Мета.** Метою статті є дослідження сучасних підходів до ефективності діяльності органів публічної влади та особливостей їх економічної оцінки на місцевому рівні.*

***Методи.** При виконанні даного наукового дослідження застосовувалися методи теоретичного пошуку, аналізу та синтезу, систематизації та узагальнення, наукової абстракції, табличний метод та статистичні методи дослідження (для визначення показників економічної ефективності).*

***Результати.** Базуючись на теоретичному узагальненні підходів українських науковців щодо визначення категорій «ефективність управління», «результативність» та «ефективність» стосовно діяльності органів публічної влади (прийнято для державного та муніципального рівня як єдине трактування), визначено, що це управлінська, соціальна, економічна та політична категорія, яка визначається впливом суб'єкту управління на об'єкт управління з метою досягнення поставленої цілі (результату), при якому об'єкт управління переходить у новий, стан при оптимальному використанні ресурсів, потрібних для супроводу такого переходу.*

*У якості методичного підґрунтя в роботі реалізовано підхід до оцінювання, який є комбіляцією композиційного підходу (ставить за мету визначення ступеня впливу управлінської праці на результати діяльності органу влади в цілому) та множинного підходу (являє собою спробу оцінити ефективність за допомогою узагальнювальних показників). З його використанням проведено оцінку економічної ефективності діяльності органів муніципальної влади міста Кривий Ріг. За допомогою аналізу показників ресурсної стратегічної ефективності та узагальнювальних показників економічної ефективності діяльності органів публічної влади (муніципальних органів влади) міста Кривий Ріг у 2019–2021 рр. констатовано високий рівень ефективності, котрий забезпечує віддачу всіх наявних ресурсів територіальної громади та відповідає цілям регіонального розвитку та стратегічним інтересам держави.*

***Ключові слова:** ефективність, економічна ефективність, публічне управління, органи публічної влади, муніципальне управління.*

**Постановка проблеми.** Оцінювання ефективності діяльності суб'єктів бізнесу є одним із найбільш актуальних та дискусійних

управлінських аспектів, котрий має постійні динамічні складові, пов'язані із зміною умов господарювання та зміною безпосередньо са-

мого бізнесу. Ефективність діяльності органів публічної влади — відносно нова царина досліджень, розвиток якої пов'язаний не тільки із зміною зовнішнього середовища, але й із зміною самої публічної влади та інституцій, які її представляють, із еволюцією влади та її сприйняття у суспільстві, із реформами, які переживає система публічного адміністрування та державної влади. Сьогодні, в умовах військового стану, питання ефективності діяльності органів публічної влади — це питання довіри як всередині країни, так і за її межами до органів влади та окремих персоналій, які уособлюють у собі публічні органи влади України. Вивчення актуальних аспектів оцінювання ефективності діяльності органів влади є одним із запитів сучасного громадянського суспільства та міжнародних партнерів нашої держави, а тому потребує не тільки теоретичних, але й практичних напрацювань.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** У сучасній науковій літературі є достатня кількість наукових публікацій, присвячених різним проблемам та аспектам оцінювання ефективності діяльності суб'єктів господарювання, тоді як ефективність діяльності органів публічної влади — питання мало досліджене у українському науковому просторі. Поодинокі, проте ґрунтовні дослідження провордилися такими вченими, як Н. Обушна, О. С. Мороз, А. О. Глипка, О. О. Евсеєва, О. В. Шмалій, Л. Приходченко, В. Б. Дзюндзюк, О. В. Орлов, О. Криворучко, Ю. Г. Машкаров та інші. Проте, єдиної методики оцінювання ефективності, однастайності підходів щодо визначення критеріїв ефективності та тенденцій їх зміни сьогодні в українському науковому просторі не існує.

**Метою статті** є дослідження сучасних підходів до ефективності діяльності органів публічної влади та особливостей їх економічної оцінки на місцевому рівні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Питання ефективності діяльності органів публічної влади може бути розглянуте (відповідно до рівнів влади) на державному та місцевому (муніципальному) рівнях, але при цьому, одним із найбільш дискусійних питань публічного управління є припущення про можливість ефективного управління на одному із зазначених рівнів при незадовільній ефективності на іншому. У даному дослідженні буде узагальнено наукові підходи до концепції тлу-

мачення ефективності діяльності органів публічної влади без її розмежування за рівнями влади, припускаючи, що ефективність даних рівнів влади є пов'язаною.

Розглядаючи зміст та складові публічного адміністрування, науковець О. А. Шатило при вивченні проблематики ефективності діяльності органів влади застосовує термін «ефективність управління». «Ефективність управління — це результат, зіставлений із затратами на його досягнення, включаючи не лише прямі витрати на систему управління, а й витрати на реалізацію управлінських рішень» [1, с. 48]. Отже, цей науковець питання ефективності органів публічної влади зводить до ефективності управління, що, на нашу думку, є доволі звуженим трактуванням, оскільки не враховує всього спектру функцій, які виконують дані органи влади у суспільному бутті.

Науковці О. М. Ястремська, Л. О. Мажник, розглядаючи теоретичні основи публічного адміністрування та діяльності органів публічної влади визначають категорії «результативність» та «ефективність». «Ефективність публічного адміністрування пов'язана з такими факторами:

— співвідношення між витраченими ресурсами та отриманим кінцевим продуктом (зазвичай, це послуга від публічних органів влади або організацій);

— зменшення кількості ресурсів, що витрачаються або зниження їх вартості (як правило, економія відбувається переважно у соціальній сфері);

— скорочення тривалості процесу (наприклад, з процедури прийняття рішень або стосовно питань організації діяльності тощо);

— співвідношення кінцевого продукту та результату» [2, с. 70].

Таким чином, можна констатувати, що ефективність органів публічної влади в країні автори визначають як компіляцію ефективності та результативності виконання функцій, які покладено на дані органи влади.

Л. Приходченко виділяє «єдиний ланцюжок «вхідні ресурси — ефективність (продуктивність)», що складається з множини взаємозалежних елементів та врахування специфіки діяльності» [3, с. 5] та через нього розкриває зміст ефективності діяльності органів публічної влади — «будемо вести мову про ефективність управлінського процесу, спрямованого на досягнення чітко визначеної цілі, оскільки



в такому випадку ми конкретизуємо результат, якого хотіли б досягти» [3, с. 5]. Авторка ефективність пояснює через виконання органами публічної влади «процесів» у ланцюзі:

— вхід (надходження ресурсів: матеріально-технічних, людських, інформаційних, фінансових, часових);

— внутрішній процес (перетворення ресурсів у продукти — товари чи послуги);

— вихід (ступінь відповідності отриманих результатів діяльності задекларованій меті та визначеним цілям);

— ефект (задоволеність населення від споживання виробленого продукту та реалізації управлінських рішень органами влади)» [3].

Зазначений підхід до концепції ефективності діяльності органів публічної влади є доволі унікальним, він спирається на концепцію продуктивності, проте, авторка [3] не визначає критеріїв для оцінки ефективності (продуктивності) процесів управління, що ускладнює трактування та практичне застосування такої концепції.

Науковець Є. О. Павлов, який досліджує ефективність гарантування місцевого самоврядування, як об'єкта публічного управління, розглядає, окрім іншого, питання ефективності державного управління або «досягнення поставленої соціальної мети в результаті діяльності органу влади/структурного підрозділу чи окремого управлінця за максимально можливою економією суспільної праці» [4, 5]. Автор при цьому розмежовує поняття ефективності та результативності. «Відмінність між ефективністю і результативністю полягає в тому, що результативність пов'язана з технічною раціональністю, а ефективність — з економічною раціональністю — характеристикою продуманого вибору на підставі розуму та логіки, що передбачає порівняння альтернатив стосовно їхньої здатності в процесі реалізації сприяти оптимальному розв'язанню суспільних проблем, задовольняючи якомога повніше потреби та інтереси всіх зацікавлених сторін» [4, с. 11].

Науковці Н. С. Носань та М. О. Кусяка розглядаючи ефективність на рівні діяльності органів місцевої влади, зазначають, що «це характеристика процесу впливу суб'єкта управління (органів місцевого самоврядування) на об'єкт управління в цілому (муніципальне утворення) і його складові частини (муніципальне господарство, базу містоутво-

рення тощо), при якому останні переходять в новий стан (відбувається поліпшення параметрів об'єкта управління)» [6]. Таке твердження підкреслює два аспекти ефективності: по-перше, управлінську природу досягнення ефективності (вплив суб'єкту на об'єкт управління); а по-друге: ефективність управління має місце тільки за умови якісного переходу від одного стану системи до іншого, тобто, за наявності прогресивних змін.

Отже, на нашу думку, ефективність діяльності органів публічної влади — це управлінська, соціальна, економічна та політична категорія, яка визначається впливом суб'єкту управління на об'єкт управління з метою досягнення поставленої цілі (результату), при якому об'єкт управління переходить у новий, стан при оптимальному використанні ресурсів, потрібних для супроводу такого переходу.

Науковець К. С. Базика виділяє п'ять основних підходів до оцінювання ефективності діяльності органів публічної влади та публічного управління загалом:

1) цільовий підхід, який ґрунтується на тому, що головною метою діяльності будь-якої організації чи системи управління є досягнення нею встановлених цілей її діяльності у найбільш раціональний спосіб;

2) функціональний підхід — надає змогу визначити ефективність з погляду організації праці та діяльності управлінського персоналу, тобто спирається на результати та витрати управлінської системи;

3) композиційний підхід — ставить за мету визначення ступеня впливу управлінської праці на результати діяльності в цілому;

4) множинний підхід — являє собою спробу оцінити ефективність за допомогою узгальнювальних показників;

5) поведінковий підхід — ґрунтується на вимірюванні рівня задоволення потреб усіх груп, зацікавлених в діяльності організації (органу вад) [7, с. 31].

Наведене групування підходів базується на визначенні основного об'єкту оцінювання ефективності діяльності органу влади — системи управління, яка у ньому сформована та його представляє, що на нашу думку не відбиває повного змісту діяльності органів публічної влади.

Авторами у якості найбільш перспективного пропонується реалізовувати змішаний підхід до оцінювання, який є компіляцією

композиційного підходу (ставить за мету визначення ступеня впливу управлінської праці на результати діяльності органу влади в цілому) та множинного підходу (являє собою спробу оцінити ефективність за допомогою узагальнювальних показників).

Підтримуючи концепцію єдності ефективності діяльності органів публічної влади на рівних рівнях, у дослідженні практична апробація відбувалася на рівні місцевих органів влади міста Кривий Ріг.

Система місцевого самоврядування у місті Кривий Ріг включає: територіальну громаду міста; міського голову; міську раду; виконавчі органи міської ради; районні ради; виконавчі органи районних рад у місті; органи самоорганізації населення [8, 9].

Виконавчий комітет міста Кривого Рогу очолює міський голова, який має першого заступника, секретаря міської ради та шість заступників. До складу виконавчого комітету Криворізької міської ради входить керуюча справами виконкому та п'ять членів виконавчого комітету. Такий склад виконавчого комітету міської ради дозволяє забезпечити ефективну реалізацію функцій місцевого самоврядування та ефективне управління розвитком міста [10, 11].

У місті діють 33 комітети та управління, які контролюють різні сфери життя та розвитку міста. Міська рада VIII скликання складається з 54 депутатів та голови ради (міського голови), які обираються на п'ять років. Нинішня рада — восьма у міській історії, була

обрана на чергових місцевих виборах у 2020 році. На своїх зборах рада вирішує загально-міські питання і приймає бюджет міста [10].

У якості критеріїв оцінювання в дослідженні реалізовано оцінку діяльності органів публічної влади у контексті визначення економічного ефекту, який визначається збільшенням обсягу виробництва продукції підприємствами відповідної адміністративно-територіальної одиниці, розширенням її асортименту, поліпшенням структури міської економіки. Саме економічний ефект формує підстави для досягнення наступних видів ефективності: соціальної, політичної, екологічної, індивідуальної (для конкретного представника органу публічної влади, як правило, її очільника).

В підґрунтя проведеного оцінювання покладено підхід, який визначає оцінку на основі дослідження часових тенденцій зміни значених критеріїв ефективності діяльності публічних органів влади. Це надзвичайно цінна аналітична технологія. Зміни в діяльності публічних органів влади на місцях відбуваються поступово, як позитивні, так і негативні, але у кінцевому підсумку невеликі зміни можуть стати тенденцією, тому органи влади мають збирати, відслідковувати і вивчати результати своєї діяльності протягом декількох років, для того, щоб не опинитись у неконтрольованій ситуації.

Оцінювання результатів діяльності органів публічної влади міста Кривий Ріг за 2019–2021 роки (табл. 1) дозволило виявити наступні тенденції:

Таблиця 1

Динаміка показників, які визначають ресурсну стратегічну ефективність діяльності органів публічної влади (муніципальних органів влади) міста Кривий Ріг у 2019–2021 році [складено із використанням 13]

Показник	Роки			Відх. 2021/2019 рр.	
	2019	2020	2021	абс.	відн., %
Обсяг реалізованої промислової продукції, млн. грн.	177	183	325	148	83,62
Кількість суб'єктів господарювання, тис од.	36,11	36,52	36,71	0,6	1,66
в т.ч. юридичні особи	24,6	25,2	25,6	1	4,07
фізичні особи	11,51	11,32	11,11	-0,4	-3,48
Чисельність населення, тис. чол.	622	615,5	604,69	-17,31	-2,78
Доходи зведеного бюджету, млн. грн	7971,3	6705,2	9200,20	1228,91	15,42
Договори оренди землі, од	2585	2326	2984	399	15,44
Вартість комунального майна, млрд грн	48,5	48,74	47,56	-0,94	-1,94
Кількість діючих в місті					
— комунальних підприємств, од.	448	456	448	—	—
— об'єктів нерухомого комунального майна, од.	682	672	575	-107	-15,69
— їх вартість, тис. грн	56764,2	11096,6	1762939,1	1706175	3005,72

— зростання обсягів реалізації промислової продукції на 83,62 % за три роки при дотриманні щорічного зростання. Така тенденція є перш за все результатом дії цінового фактору у сукупності із нарощуванням ділової активності на ринках металосировини та металопродукції — профільних для промислових гігантів, розташованих у місті;

— збільшення на 1,66 % кількості суб'єктів господарювання при зміні їх якісної структури: зростає кількість юридичних осіб-підприємців (на 4,07 %), а кількість ПП знижується на 3,48 %. Такі зміни свідчать про недостатній рівень підтримки малого бізнесу, а особливо — в умовах епідеміологічних обмежень;

— скорочується кількість мешканців міста: за три роки на 2,78 % при дотриманні тенденції зниження у всі роки періоду. При виявленні такої тенденції слід зазначити, що основні причини скорочення: природні причини та трудова міграція — вони притаманні не тільки місту, але й державі взагалі;

— удосконалюється практика земле-впорядництва та розвиваються земельні від-

носини — кількість договорів оренди зростає на 15,44 %;

— знижується вартість комунального майна (на 1,94 %), при відносній стабільності кількості комунальних підприємств (у 2019 та 2021 роках — 448 од.), зниженні кількості об'єктів комунального майна (на 15,69 %) та підвищенні їх вартості більше ніж у 30 раз. Такі зміни пов'язані із процесами реформування і модернізації комунальних підприємств та зміни підходів до управління комунальною власністю міста у бік їх демократизації.

Взагалі, аналіз сукупної результативності діяльності публічних органів влади міста Кривий Ріг показує їх зростання у 2019–2021 роках, що в умовах COVID-епідемії є ознакою зваженого та антикризового підходу до управління територіальною громадою та її майном.

Оцінювання економічної ефективності діяльності органів публічної влади відбувалося у контексті конкурентного порівняння темпів розвитку промисловості, аналізу бюджету міста та оцінки показників (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка показників економічної ефективності діяльності органів публічної влади (муніципальних органів влади) міста Кривий Ріг у 2019–2021 рр. [10–12]

Показник	Роки			Відх. 2021/2019 рр.	
	2019	2020	2021	абс.	відн., %
% у загальному обсязі реалізованої продукції Дніпропетровської області	35,4	40	43,1	7,70	x
у % від загальноукраїнського показника	6,9	7	7,4	0,50	x
Коефіцієнт співвідношення доходів/видатків бюджету міста Кривий Ріг	1,012	0,969	1,033	0,02	x
Реалізована продукція на 1-го мешканця, тис. грн/чол.	284,57	297,32	537,47	252,90	88,87
Дохід на 1-го мешканця, тис. грн/чол.	12815,59	10893,91	15214,75	2399,15	18,72
Витрати на 1-го мешканця, тис. грн/чол.	12665,76	11243,87	14725,07	2059,31	16,26
Реалізована продукція на 1 суб'єкт господарювання, тис. грн/од.	4901,69	5010,96	8853,17	3951,48	80,61
Темпи приросту реалізованої продукції, коеф.	1,036	1,034	1,776	0,74	x
Темпи приросту доходів, коеф.	1,084	0,841	1,372	0,29	x
Темпи приросту витрат, коеф.	1,058	0,878	1,287	0,23	x

Проведений аналіз дозволив виявити наявність наступних тенденцій:

— на кінець 2021 року промисловість міста забезпечує 47,8 % реалізації продукції Дніпропетровського регіону та 9,07 % випуску держави. Реалізовані у місті програми дозволять забезпечувати гідну підтримку бізнесу, але виявлено актуальність додаткової підтримки ма-

лого бізнесу та мікропідприємств, особливо із числа ВПО;

— коефіцієнт співвідношення доходів/видатків бюджету у 2019 та 2021 роках >1 — доходи перевищують витрати, але у 2020 році коефіцієнт < 1, що є негативною дією COVID-кризи. За 2019–2021 роки розміри доходів міського бюджету зросли на 15,42 %. Видатки

бюджету за три роки зростають на 13,02 % (повільніше за приріст доходів). У 2021 році 67 % видатків — витрати на утримання бюджетних установ міста;

— показник реалізації продукції на 1-го мешканця міста за 2019–2021 роки зростає на 88,87 %, що є в основному результатом приросту у 2021 році. Причина зазначеного приросту пов'язана із скороченням чисельності населення міста. Приріст доходів на одного мешканця міста у 2019–2021 роках переважає приріст витрат (18,72 % та 16,26 % відповідно), що може свідчити про резерви соціального розвитку та соціальної підтримки громади.

Взагалі, аналіз економічної ефективності функціонування органів публічної влади міста Кривий ріг показав на її доволі високий рівень, котрий забезпечує віддачу всіх наявних ресурсів територіальної громади та відповідає цілям регіонального розвитку та стратегічним інтересам держави.

**Висновки.** Проведене дослідження дозволило встановити, що ефективність діяльності органів публічної влади — це управлінська, соціальна, економічна та політична категорія, яка визначається впливом суб'єкту управління на об'єкт управління з метою досягнення поставленої цілі (результату), при якому об'єкт управління переходить у новий, стан при оптимальному використанні ресурсів, потрібних для супроводу такого переходу. Реалізований комплексний підхід до оцінки економічної ефективності діяльності органів публічної влади на місцевому рівні (органи місцевої влади міста Кривий Ріг), передбачав оцінку на основі дослідження часових тенденцій зміни зазначених критеріїв ефективності діяльності публічних органів влади. Його застосування показало, що економічну ефективність діяльності органів публічної влади міста Кривий Ріг можна визначити як достатню, оскільки виявлено позитивні тенденції зростання більшості показників. Перспективи дослідження ефективності діяльності органів публічної влади пов'язані із проведенням оцінювання за розширеним показником критеріїв: соціальних, екологічних, політичних.

#### Список літератури

1. Шатило О. А. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Публічне адміністрування»

(для студентів спеціальностей «Менеджмент організацій і адміністрування» та «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»). Житомир : Кафедра менеджменту організацій і адміністрування ЖДТУ, 2014. 51 с.

2. Ястремська О. М., Мажник Л. О. Публічне адміністрування : навчальний посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 132 с.

3. Приходченко Л. Ефективність діяльності органів публічної влади: інструменти та фактори оцінювання. *Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентіві України*. 2009. Вип. 1. С. 3–12.

4. Павлов Є. О. Ефективність гарантування місцевого самоврядування. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2019. № 2(64). С. 9–16.

5. Енциклопедія державного управління: у 8 томах / Нац. акад. держ. упр. при Президентіві України; наук.-ред. колегія: Ю.В. Ковбасюк (голова) та ін. Київ : НАДУ, 2011.

6. Носань Н. С., Кусяка М. О. Оцінка ефективності діяльності органів місцевого самоврядування. *Економіка та суспільство*. №6. 2021. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/372/359> (дата звернення: 12.11.2022).

7. Базика С. К. Підходи до оцінювання ефективності публічного управління у світовій практиці. *Публічне управління та адміністрування в Україні*. 2018. Випуск 4. С. 30–35.

8. Офіційний вебсайт Криворізької міської ради та її виконавчого комітету. URL: <https://develope.perekrestok.agency> (дата звернення: 25.11.2022).

9. Проект Закону України від 18.12.2007 № 1239 «Про спеціальний статус міста Кривий Ріг». URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JF0YF00A?an=3> (дата звернення: 25.11.2022).

10. Місто Кривий Ріг. URL : [https://uk.wikipedia.org/wiki/Криворізька\\_міська\\_рада](https://uk.wikipedia.org/wiki/Криворізька_міська_рада) (дата звернення: 25.11.2022).

11. Сайт головного управління статистики у Дніпропетровській області. URL: [http://www.dnprstat.gov.ua/expres/2021/grafik\\_2021.htm](http://www.dnprstat.gov.ua/expres/2021/grafik_2021.htm) (дата звернення: 27.11.2022).

12. Звіт з виконання у 2021 році програми економічного та соціального розвитку м. Кривого Рогу на 2017–2022 роки. Кривий Ріг, 77 с.

## References

1. Shatylo, O. A. (2014). *Opornyi konspekt leksii z dystsypliny «Publichne administruvannia» (dlia studentiv spetsialnopei «Menedzhment orhanizatsii i administruvannia» ta «Menedzhment zovnishnoekonomichnoi diialnosti») [Reference synopsis of lectures on the discipline «Public Administration» (for students majoring in «Management of Organizations and Administration» and «Management of Foreign Economic Activities)]. Zhytomyr, Kafedra menedzhmentu orhanizatsii i administruvannia ZhDTU Publ. 51 p.*
2. Yastremska, O. M., Mazhnyk, L. O. (2015). *Publichne administruvannia [Public administration: study guide]. Kherson, KhNEU im. S. Kuznetsi Publ. 132 p.*
3. Prykhodchenko, L. (2009). *Efektivnist diialnosti orhaniv publichnoi vlady: instrumenty ta faktory otsiniuvannia [Effectiveness of public authorities: evaluation tools and factors]. Zbirnyk naukovykh prats Natsionalnoi akademii derzhavnoho upravlinnia pry Prezydentovi Ukrainy [Collection of scientific works of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine], no. 1. pp. 3–12.*
4. Pavlov, Ye. O. (2019). *Efektivnist harantuvannia mistsevoho samovriaduvannia [Effectiveness of guaranteeing local self-government]. Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka» [International scientific journal «Internauka»], no. 2(64). pp. 9–16.*
5. Kovbasiuk, Yu. V. (Ed.). (2011). *Entsyklopediia derzhavnoho upravlinnia [Encyclopedia of public administration]. Kyiv, NADU Publ.*
6. Nosan, N. S., Kusiaka, M. O. (2021). *Otsinka efektyvnosti diialnosti orhaniv mistsevoho samovriaduvannia [Assessment of the effectiveness of local self-government bodies]. Ekonomika ta suspilstvo [Economy and society], no 6. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/372/359>. (Accessed 12 November 2022).*
7. Bazyka, S. K. (2018). *Pidkhody do otsiniuvannia efektyvnosti publichnoho upravlinnia u svitovii praktytsi [Approaches to evaluating the effectiveness of public administration in global practice]. Publichne upravlinnia ta administruvannia v Ukraini [Public management and administration in Ukraine], no. 4. pp. 30–35.*
8. *Ofitsiinyi vebсайт Kryvorizkoi miskoi rady ta yii vykonavchoho komitetu [The official website of the Kryvyi Rih City Council and its executive committee]. Available at: [https://kr.gov.ua/pro\\_misto\\_kviviy\\_rig](https://kr.gov.ua/pro_misto_kviviy_rig). (Accessed 25 November 2022).*
9. *Proekt Zakonu Ukrainy vid 18.12.2007 № 1239 «Pro spetsialnyi status mista Kryvyi Rih» [Draft Law of Ukraine dated 18.12.2007 No. 1239 «On the special status of the city of Kryvyi Rih»]. Available at: <https://ips.ligazakon.net/document/JF0YF00A?an=3>. (Accessed 25 November 2022).*
10. *Misto Kryvyi Rih [The city of Kryvyi Rih]. Available at: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Kryvorizka\\_miska\\_rada](https://uk.wikipedia.org/wiki/Kryvorizka_miska_rada). (Accessed 25 November 2022).*
11. *Sait holovnoho upravlinnia statystyky u Dnipropetrovskii oblasti [The website of the main statistics office in the Dnipropetrovsk region]. dneprstat.gov.ua. Available at: [http://www.dneprstat.gov.ua/expres/2021/grafik\\_2021.htm](http://www.dneprstat.gov.ua/expres/2021/grafik_2021.htm). (Accessed 27 November 2022).*
12. *Zvit z vykonannia u 2021 rotsi prohramy ekonomichnoho ta sotsialnoho rozvytku m. Kryvoho Rohu na 2017–2022 roky [Report on the review in 2021 of the economic and social development program of the city of Kryvyi Rih for 2017–2022]. Kryvyi Rih. 77 p.*

**Objective.** *The objective of the article is to research modern approaches to the effectiveness of public authorities and the peculiarities of their economic assessment at the local level.*

**Methods.** *The methods of theoretical search, analysis and synthesis, systematization and generalization, scientific abstraction, tabular method, and statistical research methods (for determining economic efficiency indicators) were used in the performance of this scientific research.*

**Results.** *Based on the theoretical generalization of the approaches of Ukrainian scientists regarding the definition of the categories «management efficiency», «effectiveness» and «efficiency» in relation to the activities of public authorities (accepted for the state and municipal level as a single interpretation), it is determined that it is managerial, social, economic and political a category determined by the influence of the subject of management on the object of management with the aim of achieving the set goal (result), in which the object of management moves to a new state with the optimal use of resources needed to support such a transition. As a methodological basis, the work implements a mixed approach to evaluation, which is a compilation of the composite approach (which aims to determine the degree of influence of managerial work on the performance of the government body as a whole) and the multiple approach (which is an attempt to evaluate efficiency using generalizing indicators). With its use, an assessment of the economic efficiency*

*of the municipal authorities of the city of Kryvyi Rih was carried out. By means of the analysis of indicators of resource strategic efficiency and general indicators of economic efficiency of public authorities (municipal authorities) of the city of Kryvyi Rih in 2019–2021, a high level of efficiency was ascertained, which ensures the return of all available resources of the territorial community and meets the goals of regional development and strategic interests of the state.*

**Key words:** *efficiency, economic efficiency, public administration, public authorities, municipal administration.*

**Надійшла до редакції 16.12.2022**

## РОЗВИТОК СФЕРИ ПОСЛУГ НА МІКРО-, МЕЗО- ТА МАКРОРІВНЯХ

DOI : 10.33274/2079-4762-2022-52-2-103-117

JEL : L51, L83, F17

УДК 338.48:330.3:005.336(043.3)

**Бочарова Ю. Г.,**  
д-р екон. наук,  
доцент

Донецький національний університет економіки  
і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського,  
м. Кривий Ріг, Україна,  
e-mail: bocharova@donnuet.edu.ua

**Федотова Т. А.,**  
канд. екон. наук,  
доцент

e-mail: fedotova@donnuet.edu.ua

**Іщенко О. В.**

Інститут економіки промисловості НАН України,  
м. Київ, Україна,  
e-mail: ischenko80@gmail.com

**Огій Л. Я.,**  
магістрант

Донецький національний університет економіки  
і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського,  
м. Кривий Ріг, Україна  
e-mail: ogij\_l@donnuet.edu.ua

### ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ: ОЦІНКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В ПЕРІОД ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

UDC 338.48:330.3:005.336(043.3)

**Bocharova Yu. G.,**  
Doctor of Economic Sciences,  
Associate Professor

Mykhailo Tuhun-Baranovskyi Donetsk National University  
of Economics and Trade,  
Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: bocharova@donnuet.edu.ua

**Fedotova T. A.,**  
PhD in Economic Sciences,  
Associate Professor

e-mail: fedotova@donnuet.edu.ua

**Ishchenko O.**

Institute of Industrial Economics, National Academy  
of Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine,  
e-mail: ischenko80@gmail.com

**Ogii L. Ya.,**  
Master

Mykhailo Tuhun-Baranovskyi Donetsk National University  
of Economics and Trade, Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: ogij\_l@donnuet.edu.ua

### EXPORT POTENTIAL OF THE TOURISM INDUSTRY OF UKRAINE: ASSESSMENT AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT IN THE PERIOD OF POST-WAR RECOVERY

***Мета.** Метою статті є оцінка поточного стану експортного потенціалу української туристичної галузі з врахуванням повномасштабної військової агресії росії проти України з метою пошуку напрямів його розвитку в період післявоєнного відновлення країни.*

***Методи.** У процесі дослідження використано такі загальнонаукові методи та прийоми пізнання: теоретичне узагальнення і порівняння, аналіз і синтез, індукція та дедукція, групування.*

***Результати.** Визначено, що поняття «експортний потенціал туристичної галузі» доцільно розуміти як максимально можливий обсяг експорту національного туристичного продукту, що формується під впливом макроекономічних, конкурентних та внутрішніх факторів галузі й реалізується у довгостроковій перспективі. Запропоновано методичний підхід до інтегральної оцінки експортного потенціалу туристичної галузі України з урахуванням макроекономічних, конкурент-*

них та внутрішніх факторів впливу, в межах якого інтегральний показник експортного потенціалу туристичної галузі запропоновано визначати як добуток середнього доходу з одного іноземного туриста та показника річної місткості засобів розміщення, скорегованого на коефіцієнт сезонності та питому вагу в'їзного туристичного потоку, індекс впливу макроекономічних факторів, індекс міжнародної конкурентоспроможності, а показник використання експортного потенціалу, як відношення фактичного рівня доходу від експорту туристичних послуг до рівня експортного потенціалу туристичної галузі країни. Обґрунтовано, що одним з ключових макроекономічних факторів стимулювання попиту на туристичні послуги є фактори безпеки.

Обґрунтовано, що динаміка експортного потенціалу туристичної галузі України цілком відображає макроекономічні тенденції міжнародної туристичної галузі, демонструючи його зростання до 4769,8 млн дол. США у 2019 році, різке скорочення до 2458,15 млн дол. у 2020 році та зростання до 6633,09 млн дол. у 2021 році через значне зростання середнього доходу з одного іноземного туриста до 690,48 дол. / особу за рахунок іноземних туристів з Саудівської Аравії. Установлено, що рівень реалізації експортного потенціалу туристичної галузі України демонструє скорочення протягом 2017–2021 рр. на 21,35 %.

Обґрунтовано, що з урахуванням поточних умов функціонування української туристичної галузі, пріоритетними секторами розвитку туризму мають бути визначені діловий, пізнавальний, зокрема темний, скорботний, оскільки актуальними будуть маршрути, пов'язані з війною і знаковими післявоєнними локаціями такими, як Ірпінь, Буча, Гостомель, що назавжди залишаться нагадуванням наступним поколінням, як Аушвіц або Бабин Яр, медичний, екологічний туризм. Обґрунтовано, що відновлення експортного потенціалу туристичної галузі України передбачає вдосконалення організаційно-кадрового, інформаційно-методичного та фінансового забезпечення розвитку туризму.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх використання при розробці оновленої стратегії розвитку експортного потенціалу туристичної галузі України та її реалізації.

**Ключові слова:** експортний потенціал туристичної галузі, туризм, розвиток, конкурентоспроможність, світовий ринок, післявоєнне відновлення.

**Постанова проблеми.** Міжнародний туризм у XXI столітті є пріоритетною галуззю світової економіки, що забезпечує туристичне обслуговування та підтримку внутрішніх, міжнародних, ділових туристів та рекреантів, сприяє вирішенню цілої низки соціально-економічних проблем, у т. ч. проблем зайнятості.

У 2020 році світова туристична галузь вперше з початку XXI століття зіткнулась з серйозною кризою, пов'язаною з швидким та масовим поширенням пандемії Covid-19 та екстремним введенням країнами світу короткострокових заходів боротьби з нею, зокрема, закриття кордонів між державами, штучного обмеження фізичного пересування громадян всередині країн, що знайшло відображення у скороченні експортного потенціалу туристичних галузей окремих країн.

Туристична галузь України не є виключенням. При цьому окрім зовнішніх деструктивних впливів, на українську туристичну галузь негативний вплив чинили й внутрішні фактори, що зробили туристичну галузь України ще більш вразливою у кризовий період розвитку міжнародного туризму, порівняно більш слабкою у післякризовий період.

До таких внутрішніх факторів відносять анексія Криму та події на сході України у 2014 році, що призвело до втрати щонайменше 30 % рекреаційно-туристичного потенціалу країни; повномасштабна військова агресія росії проти України взимку 2022 року, що несе небезпеку не лише для туристів, але і для всього населення країни, спричинила втрати значної частини туристичних об'єктів (історичних пам'яток, архітектури, релігійно-туристичних об'єктів), руйнування інфраструктури в районах проведення активних бойових дій, закриття повітряного простору для цивільної авіації, порушення логістики на території України, руйнування енергетичної інфраструктури країни [1].

За таких умов дослідження, спрямовані на вирішення проблеми оцінки експортного потенціалу туристичної галузі України та визначення перспективних напрямів його розвитку у період післявоєнного відновлення є актуальними та своєчасними.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідженню питань оцінки експортного потенціалу окремих галузей економіки присвячені праці О. Кириченко, Г. Дугінець та



Г. Кучерявенко; умовам адаптації міжнародної туристичної галузі до функціонування в умовах пандемії Covid-19 присвячено роботи Д. Тюріної, Г. Горіної; післявоєнному відновленню вітчизняної туристичної галузі — Н. Барвінка, О. Носирева, Ю. Перегуди та М. Кривоберця, О. Тхожевського, Н. Щербакової тощо. Незважаючи на фундаментальний внесок зазначених вчених у розвиток теорії та практики діяльності та розвитку туристичної галузі України, формування та ефективного використання експортного потенціалу національної економіки, на сучасному етапі розвитку наукової думки, — відсутній усталений підхід до розуміння сутності поняття «експортний потенціал туристичної галузі», немає методики оцінки експортного потенціалу туристичної галузі, що потребує перегляду Стратегії розвитку туризму з позиції оцінки експортного потенціалу туристичної галузі та завдань післявоєнного відновлення України.

**Мета статті.** Мета статті полягає в оцінці поточного стану експортного потенціалу української туристичної галузі з урахуванням повномасштабної військової агресії росії проти України з метою пошуку напрямів його розвитку в період післявоєнного відновлення країни.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Контент-аналіз джерел [1–6] дозволяє стверджувати, що під експортним потенціалом туристичної галузі доцільно розуміти максимально можливий обсяг експорту національного туристичного продукту, що формується під впливом макроекономічних, конкурентних та внутрішніх факторів галузі й реалізується у довгостроковій перспективі. При цьому слід враховувати, що:

— експортний потенціал туристичної галузі: формується під впливом експортних потенціалів окремих суб'єктів господарювання, що належать до неї; є результатною кількісною характеристикою, оскільки визначає обсяг експорту галузевої продукції; характеризується тісним кореляційним зв'язком з конкурентоспроможністю продукції (туристичного продукту), що екпортується на міжнародний ринок;

— до макроекономічних факторів формування експортного потенціалу належать демографічні, соціальні, економічні, безпекові, міжнародні фактори [2–3], до конкурентних — фактори, що пов'язані зі стадією життє-

вого циклу галузі, інтенсивністю конкуренції на міжнародному ринку та рівнем її конкурентоспроможності [4], до внутрішніх — державне регулювання, ресурсний потенціал, туристична інфраструктура [2; 5]. Переважаючий вплив сприятливих внутрішніх, конкурентних та макроекономічних факторів на туристичну галузь країни забезпечує зростання її конкурентоспроможності на міжнародному ринку, а отже й експортного потенціалу.

Для кількісної та якісної оцінки експортного потенціалу туристичної галузі України пропонується використовувати модель інтегральної оцінки експортного потенціалу туристичної галузі, що дозволяє врахувати фактори впливу та визначити рівень реалізації експортного потенціалу туристичної галузі (рис. 1).

Інтегральний показник експортного потенціалу туристичної галузі пропонується визначати як добуток середнього доходу з одного іноземного туриста та показника річної місткості засобів розміщення, скорегованого на коефіцієнт сезонності та питому вагу в'їзного туристичного потоку, індекс впливу макроекономічних факторів, індекс її міжнародної конкурентоспроможності (формула 1), а показник використання експортного потенціалу (формула 2), як відношення фактичного рівня доходу від експорту туристичних послуг до рівня експортного потенціалу туристичної галузі країни, стабільне зростання якого свідчить про позитивні тенденції її розвитку та зростання рівня міжнародної конкурентоспроможності національної туристичної галузі.

$$I = [M \times (1 - t) \times I_M \times I_K] \times S, \quad (1)$$

де  $I$  — інтегральний показник експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі, дол. США;  $M$  — річна місткість засобів розміщення, скорегована на коефіцієнт сезонності, осіб;  $t$  — питома вага внутрішніх туристів у туристичному обігу, од.;  $I_M$  — індекс впливу макроекономічних факторів, од.;  $I_K$  — індекс конкурентоспроможності туристичної галузі, од.;  $S$  — середній дохід з одного іноземного туриста, дол. / особу.

$$E = \frac{Exp}{I}, \quad (2)$$

де  $E$  — рівень реалізації експортного потенціалу вітчизняної туристичної галузі, од.;  $Exp$  — інтегральний показник експортного потенці-

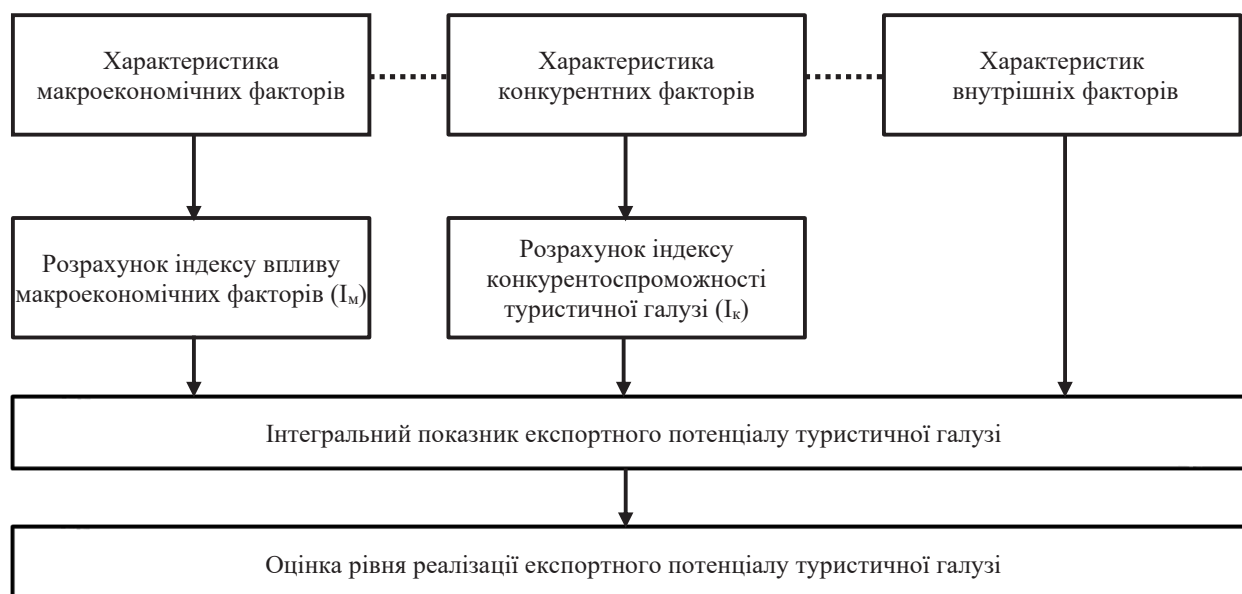


Рис. 1. Модель інтегральної оцінки експортного потенціалу туристичної галузі з врахуванням факторів впливу та рівня його реалізації (складено авторами на основі [6–8])

алу вітчизняної туристичної галузі, дол. США;  $I$  — фактичний експорт вітчизняної туристичної галузі, дол. США.

За результатами аналізу макроекономічних факторів формування експортного потенціалу туристичної галузі України в 2017–2021 рр. (табл. 1) визначено, що:

— у 2017–2019 рр. макроекономічні фактори чинили сприятливий вплив на експортний потенціал туристичної галузі. У цей період спостерігалось скорочення рівня безробіття на 0,52 % або на 8,75 % у відносному виразі, зростання співвідношення міжнародної торгівлі послугами та товарами на 2,00 % або 6,45 % та ВВП на душу населення на 587,30 дол. США/особу або 5,42 %;

— починаючи з 2020 року макроекономічні фактори чинили деструктивний вплив на експортний потенціал туристичної галузі. Так, у цей час спостерігалось глобального поширення пандемії Covid-19 та, як наслідок, рецесія світової економіки.

Установлено, що найбільш суттєвий вплив на функціонування туристичної галузі сьогодні чинять фактори безпеки макроекономічного середовища, зокрема поширеність військових конфліктів та інфекційних захворювань. Так, спеціалісти недержавного аналітичного центру «Українські студії стратегічних досліджень» у своєму дослідженні «Індекс війни» зазначають, що з втратою пріоритетної ролі США на економічній мапі світу, у міжнародному просторі розпочався новий етап

стратегічного перерозподілу зон впливу, що відбувається, на жаль, військовим шляхом у поєднанні з невійськовими інструментами тиску та примусу, що призвело до зростання кількості військових конфліктів до 28 станом на 2021 рік, що більше на 75,8 %, ніж у 2017 році [19, 20].

Крім того, специфіка сучасних військових конфліктів полягає у їх регіоналізації, посиленні впливу мережових воєнізованих формувань та виникненні інструменту квазідержав як «мертвих зон», що утворюються поза межами впливу національних держав, регіональних лідерів та в результаті стратегічного протистояння наддержав [18]. Щодо впливу на безпеку туристичних подорожей з боку поширення інфекційних хвороб, то слід зазначити, що за даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (далі — ВООЗ) найбільш небезпечними, в тому числі, для подорожуючих, залишаються гострі респіраторні інфекції нижніх дихальних шляхів — четверта за поширеністю причина смертей у світі, до яких також включено коронавірусну інфекцію SARS, яка спалахнула у Південному Китаї у 2002–2003 рр., SARS-CoV-2 (Covid-19), що вже отримала статус пандемії, гепатит В, гострі кишкові захворювання (ротавірусна інфекція, шигельоз, сальмонельоз), малярія, менінгіт, енцефаліт, тиф, кір, сифіліс, холера, кашлюк.

Сьогодні єдиним фактором стримування нівелювання ризиків смертності від Covid-19, а значить й зростання безпечності подорожу-

**Динаміка окремих показників макроекономічних та конкурентних факторів формування експортного потенціалу туристичної галузі України та їх інтегрального впливу в 2017–2021 рр. (складено автором на основі [9–17])**

Показник	Роки					Абс. відхилення	Відн. відхилення, %
	2017	2018	2019	2020	2021		
<b>Макроекономічні фактори</b>							
Чисельність населення, млн. чол.	7509	7592	7673	7753	7831	322,0	4,3
Середня тривалість життя, років	26,3	27,4	28,5	29,6	30,9	4,6	17,5
Рівень безробіття, %	5,9	5,5	5,4	7,2	6,5	0,6	10,2
ВВП на душу населення, дол. США/чол.	10829,9	11372,3	11417,2	10925,7	11535,4	705,5	6,5
Співвідношення міжнародної торгівлі послугами та товарами, %	31,0	31,0	33,0	29,0	27,0	-4,0	-12,9
Кількість військових конфліктів у світі	6	8	10	19	28	22,0	366,7
Кількість вакцинованих від COVID-19, осіб	0	0	0	7,23	4551,58	4551,6	100,0
Концентрація CO <sub>2</sub> в атмосферному повітрі, проміле	397,4	403,6	408,2	410,5	413,4	16,0	4,0
Індекс впливу макроекономічних факторів (I <sub>у</sub> )	0,83	0,81	0,81	0,73	0,85	0,0	2,4
<b>Конкурентні фактори</b>							
Експорт туристичних послуг, млрд. дол. США	1310	1437	1442	549	-	-761	-58,1
Частка експорту туристичних послуг у загальному експорті послуг, %	24,8	24,9	23,8	11,2	-	-13,6	-54,8
Показник концентрації CR <sub>n</sub> , %:	34,11	33,39	33,93	35,96	-	1,85	5,4
Індекс конкурентоспроможності української туристичної галузі (I <sub>к</sub> )*	0,66	0,66	0,69	0,69	0,66	0	0,0

*Примітка: \* — відношення фактичного індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму до еталонного значення показника Німеччини — лідера у туристичному регіоні ЄС.*

ючих є вакцинація, про що свідчить тісний кореляційний зв'язок між позитивною динамікою кількості подорожуючих у 2021 році та швидким зростанням кількості вакцинованих від Covid-19 у світі з 7,23 тис. осіб на 31.12.2020 року до 4558,81 тис. осіб на 31.12.2021 року.

В цілому, сукупний вплив макроекономічних факторів формування експортного потенціалу міжнародної туристичної галузі протягом 2017–2021 рр. був дестимулюючим, про що свідчить зменшення індексу впливу макроекономічних факторів на 0,10 од. або 12,0 % з 0,83 од. у 2017 році до 0,73 од. у 2020 році в основному за рахунок економічних та безпекових факторів, тоді як у 2021 році ситуація змінилась зі зростанням індексу до 0,85 од., що свідчить про послаблення їх впливу.

Динаміка світового експорту туристичних послуг в 2017–2020 рр. (див. табл. 1) свідчить про незначний темп його приросту протягом 2017–2019 рр. на 132 млрд дол. США або 10,1 %, що відповідно до галузевої теорії конкуренції відповідає стадії зрілості та насичення ринку, а в 2020 році — різке падіння на 893 млрд дол. США або 61,92 % порівняно з 2019 роком, що свідчить про перехід у стадію занепаду, скорочення споживання туристичного продукту, що пов'язано з руйнівним впливом пандемії Covid-19 та шоковою реакцією економіки світу. Індекс конкурентоспроможності української туристичної галузі (I<sub>к</sub>) в 2017–2021 рр. порівняно з еталонними значеннями туризму Німеччини в туристичному регіоні ЄС попри зміну місця в рей-

тингу України свідчать про стабільність середнього рівня її конкурентоспроможності, що не змінювався з 2019 року, але протягом 2017–2019 рр. продемонстрував зростання на 0,03 од. Приймаючи до уваги вплив макроекономічних та конкурентних факторів формування експортного потенціалу туристичної галузі України в 2017–2021 рр., варто підкреслити обмежуючий вплив останніх, що потребує врахування.

Державне регулювання вітчизняної туристичної галузі ґрунтується на понад 200 нормативно-правових актах та забезпечується Державним агентством розвитку туризму (ДАРТ), що підпорядковане Міністерству інфраструктури України, за партнерською моделлю регулювання туристичної галузі на основі Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року.

Ресурсний потенціал вітчизняного туризму складають природні та історико-культурні ресурси України. Збереження історико-культурних пам'яток в Україні, починаючи з 2000 року, реалізується в межах Закону України «Про охорону культурної спадщини» Міністерством культури та інформаційної політики України шляхом ведення Державного реєстру нерухомих пам'яток України. Сьогодні на державному обліку перебувають близько 130 тис. нерухомих пам'яток культурної спадщини, що розташовані на території України, з яких станом на 01.01.2020 в Державний реєстр нерухомих пам'яток України занесені лише 10197 пам'яток — 992 національного значення та 9205 місцевого значення, або 7,84 % їх загальної кількості. Крім того, шість історико-культурних і один природний об'єкти, що мають універсальне значення для всього людства, внесені до Списку об'єктів всесвітньої спадщини ЮНЕСКО до 2014 року, що є досить тривожною ознакою.

У 2008 році Україна приєдналась до Конвенції ЮНЕСКО про охорону нематеріальної культурної спадщини, а в 2017 році було створено державну інформаційну систему Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини України, до якого станом на 01.09.2020 року включено 26 елементів нематеріальної культурної спадщини України, зокрема, Петриківський розпис, козацькі пісні Дніпропетровщини, традиція гуцульської писанки, бортництво тощо [21–22]. Станом на 27 травня 2022 року за даними Міністерства

культури та інформаційної політики України в Україні задокументовано 367 епізодів воєнних злочинів росіян проти української культурної спадщини, зокрема на Харківщині — 96 епізодів, на Донеччині — 75 злочинів, 70 епізодів зафіксовано в Київській області, 38 — в Чернігівській, 26 — в Сумській, 25 — в Луганській, 11 — в Запорізькій, 6 — в Житомирській, по 5 — в м. Києві та Херсонській області, 4 — в Миколаївській, 3 — в Дніпропетровській, 2 — в Одеській, 1 — в Львівській областях. З них важкого ступеню тяжкості зазнав 51 об'єкт української культурної спадщини, 117 об'єктів — середнього ступеню тяжкості [23].

Важливою складовою просування іміджу країни на міжнародному туристичному ринку є її ефективно проведений брендинг. Слід зазначити, що з 2018 року в Україні розпочато наймасштабнішу міжнародну маркетингову кампанію українського уряду під назвою «Ukraine now», орієнтовану на формування бренду України у світі, залучення в країну інвестицій та покращення туристичного потенціалу. В ході реалізації програми за підтримки британського уряду було проведено дослідження, як сприймають Україну за кордоном.

За його результатами виявилось, що три найпопулярніші асоціації з Україною — це «корупція», «революція» та «бойові дії». Люди, які не бували в Україні жодного разу, бачать українців закритими, агресивними та нетолерантними через образ сформований в новинах, але змінюють думку, коли бувають у нас хоч раз, і відзначають гостинність українців, чудові краєвиди, культуру та архітектуру.

Тож основою бренду країни в межах компанії було обрано ключове слово «NOW», оскільки сучасні українці — вони про «зараз», вони не чекають, не бояться, діють та створюють саме зараз нові компанії, нові прогресивні бізнеси, нові кафе, ресторани, фестивалі, нові заводи, нові креативні академії та інноваційні технопарки, а саме слово асоціюється з важливим моментом змін та дуже приваблює таких же сучасних людей зі всього світу, туристів та інвесторів [24].

Динаміка показників туристичної інфраструктури України в 2017–2020 рр. (табл. 2) свідчить про погіршення матеріально-технічної бази туризму. Так, протягом періоду, що аналізується, фіксується зменшення місткості колективних засобів розміщення (КЗР) на

Динаміка окремих показників внутрішніх факторів формування експортного потенціалу туристичної галузі України в 2017–2021 рр. (складено автором на основі [35–30])

Показник	Роки					Абс. відхилення	Відн. відхилення, %
	2017	2018	2019	2020	2021		
Кількість туроператорів та турагентів, од.	1743	1833	4441	3867	–	2124	121,9
Кількість колективних засобів розміщування, од.	4115	4719	5335	4523	–	408	9,9
Кількість місць у КЗР, тис. од.	359	300	370,6	312,1	–	–46,9	–13,1
Кількість закладів громадського харчування, од.	50000	36763	35035	24525	–	–25475	–51,0
Рівень зносу основних фондів підприємств туристичної галузі, %	45,6	53,4	58,6	62,4	–	16,8	36,8
Кількість в'їзних туристів за метою поїздки, осіб:	39605	75945	86840	11964	13759	–25846	–65,3
— службова, ділова, навчання	4760	8066	5324	481	553	–4207	–88,4
— дозвілля, відпочинок	30394	61011	61027	8596	10683	–19711	–64,9
— лікування	3618	4755	2812	271	194	–3424	–94,6
— спортивний туризм	225	235	194	256	142	–83	–36,9
— спеціалізований туризм	258	283	16874	2304	2140	1882	729,5
— інше	350	1595	609	56	47	–303	–86,6
Експорт туристичних послуг, млн. дол.	1261,0	1445,0	1620,0	379,00	950	–311	–24,7
Питома вага експорту туристичних послуг у ВВП, %	1,12	1,10	1,05	0,24	0,47	–0,65	–58,0
Співвідношення експорту та імпорту туристичних послуг, од.	0,18	0,18	0,19	0,08	0,15	–0,03	–16,7

Примітка: \* — відношення фактичного індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму до еталонного значення показника Німеччини — лідера у туристичному регіоні ЄС.

46,9 тис. од. або 13,06 % на тлі зростання КЗР на 408 од. або 9,91 % через тенденцію поширення бюджетної форми розміщення з мінімальним набором туристичних послуг типу «хостел», скорочення пасажиропотоку за всіма видами транспорту на 50373,8 млн пас. км або на 50,67 % з найменшим рівнем падіння автомобільного, авіаційного та залізничного транспорту, що складають основу іноземного туризму, зменшення кількості закладів громадського харчування на 25475 од. або 50,95 %, зростання рівня зносу туристичної інфраструктури на 13,0 % або 28,51 % у відносному виразі.

Разом з тим, простежується зростання показника кількості туроператорів та турагентів на 2124 од. або 121,86 %, що свідчить про зростання доступності організованого придбання

туристичного продукту у всіх регіонах України. Динаміка показників туристичної галузі в 2017–2021 рр. (див. табл. 2) засвідчує, що динаміка в'їзного туристичного потоку була позитивною до 2019 року, досягнувши показника 86840 осіб, а з 2020 року характеризувалася різким спадом до рівня 11964 осіб з незначним відновленням у 2021 році до рівня 13759 осіб в зв'язку.

Динаміка структури туристичних потоків за критерієм «мета туристичних поїздок» свідчить, що протягом 2017–2021 рр. українська туристична галузь представляє туристичний інтерес з позицій дозвілля та відпочинку, спеціалізованого туризму, але, на жаль втрачає свої позиції як дестинації ділового та лікувального туризму, попри значні бальнеологічні ресурси.

Крім того, протягом періоду, що аналізується, простежується стабільне зростання експорту до 2019 року до рівня 1620 млн дол. США з різким його скороченням до 379 млн дол. США у 2020 році під впливом значених вище макроекономічних факторів впливу; відновлення у 2021 році до рівня 950 млн дол. США переважно за рахунок припливу платоспроможного туристичного потоку з Саудівської Аравії. Співвідношення експорту та імпорту туристичних послуг знаходилося протягом досліджуваного періоду в межах 0,08–0,19 од., частка експорту туристичних послуг у ВВП — в межах 0,24–1,12 %, що свідчить про відсутність пріоритетної ролі туристичної галузі у національній економіці країни, а також про її імпортоорієнтованість або порівняно більш значний обсяг виїзного туристичного потоку.

Динаміка експортного потенціалу туристичної галузі України (див. табл. 3 та рис. 2) цілком віддзеркалює макроекономічні тенденції міжнародної туристичної галузі, демонструючи його зростання до 4769,80 млн дол. США у 2019 році, різке скорочення до 2458,15 млн дол. США у 2020 році та зростання до 6633,09 млн дол. США у 2021 році через значне зростання середнього доходу з одного іноземного туриста до 690,48 дол. / особу за рахунок іноземних туристів з Саудівської Аравії.

Рівень реалізації експортного потенціалу України демонструє скорочення протягом 2017–2021 рр. на 21,35 %, що потребує напрацювання шляхів його стійкого розвитку в довгостроковій перспективі.

З метою розвитку експортного потенціалу туристичної галузі України з врахуванням оцінки його поточного стану доцільним є

Таблиця 3

**Розрахунок інтегрального показника експортного потенціалу туристичної галузі України та рівня його реалізації в 2017–2021 рр. (складено та розраховано авторами на основі даних [28, 29])**

Показник	Роки					Абс. відхилення	Відн. відхилення, %
	2017	2018	2019	2020	2021		
Місткість засобів розміщення з врахуванням сезонності туристичних потоків, осіб	26433573	23657407	31989291	30205133	37415171	10981598	41,54
Питома вага внутрішніх туристів у туристичному обігу, од.	0,92	0,86	0,86	0,95	0,96	0,04	4,35
Індекс впливу макроекономічних факторів, од.	0,83	0,81	0,81	0,73	0,85	0,02	2,41
Індекс конкурентоспроможності туристичної галузі, од.	0,66	0,66	0,69	0,69	0,69	0,03	4,55
Середній дохід з одного іноземного туриста, дол. / особу	3051,37	1937,41	1905,61	3231,36	7556,84	4505,47	147,65
Інтегральний показник експортного потенціалу української туристичної галузі, млн. дол. США	3534,78	3430,40	4769,80	2458,15	6633,09	3098,31	87,65
Експорт туристичних послуг, млн. дол. США	1261,00	1445,00	1620,00	379,00	950,00	-311	-24,66
Рівень реалізації експортного потенціалу туристичної галузі, %	35,67	42,12	33,96	15,42	14,32	-21,35	-59,85

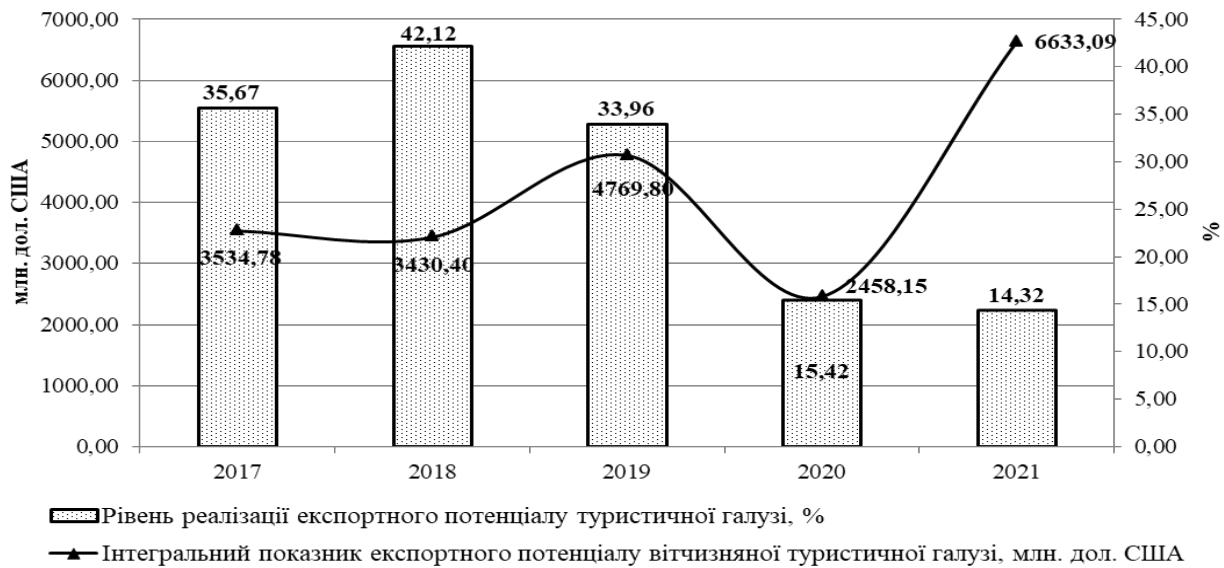


Рис. 2. Динаміка інтегрального показника експортного потенціалу української туристичної галузі та рівня його реалізації в 2017–2021 рр. (складено автором на основі [28–29])

впровадження концептуальної моделі управління ним (рис. 3), що дозволить формалізувати процес формування та реалізації стратегії його розвитку, вчасно коригувати її за умов суттєвої зміни макроекономічних, конкурентних або внутрішніх факторів його формування.

З урахуванням поточних умов функціонування туристичної галузі України мають бути внесені зміни до наявної стратегії розвитку туризму, зокрема, пріоритетними секторами туризму мають бути визначені діловий, пізнавальний, зокрема темний, скорботний, оскільки актуальними будуть маршрути, пов'язані з війною і знаковими післявоєнними локаціями, у т. ч. Ірпінь, Буча, Гостомель, що назавжди залишаться нагадуванням наступним поколінням, як Аушвіц або Бабин Яр [33]; медичний, екологічний. Мета реалізації нової стратегії має зводитися до відновлення експортного потенціалу туристичної галузі України на основі секторальних пріоритетів, забезпечення умов сталості, безпечності та активізації в'їзного туризму відповідно до міжнародних стандартів якості, перетворення галузі на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів України і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі.

Для успішної реалізації завдань оновленої стратегії розвитку туризму, що передбачатиме

відновлення експортного потенціалу туристичної галузі України, необхідним є реалізація заходів вдосконалення організаційно-кадрового, інформаційно-методичного та фінансового забезпечення її реалізації як найбільш проблемних, зокрема:

— з метою вдосконалення організаційно-кадрового забезпечення пропонується створити чітку ієрархічну структуру проектного типу, на верхньому шаблі якої знаходитиметься ДАРТ у взаємодії з органами місцевого самоврядування, а на нижньому реорганізована за принципами секторальної кластеризації Національна туристична організація України (НТО), що фокусується на пріоритетних напрямках туризму, вдосконаленні системи професійної підготовки фахівців сфери туризму, що сприятиме підвищенню якості обслуговування споживачів туристичних послуг за рахунок розробки відповідних базових компетенцій фахівців та підготовки освітніх програм з професійного навчання, гармонізації кваліфікаційних вимог та стандартів вищої освіти і стандартів професійної підготовки;

— з метою вдосконалення інформаційно-методичного забезпечення пропонується запровадити шоквартальний автоматизований збір таких показників, як чисельність в'їзних туристів, їх структура за статеві-віковими групами, країною проживання, метою подорожі, способами прибуття до України, середні витрати на одного туриста у розрізі країн та в цілому з метою визначення величини фактичного експорту туристичних послуг

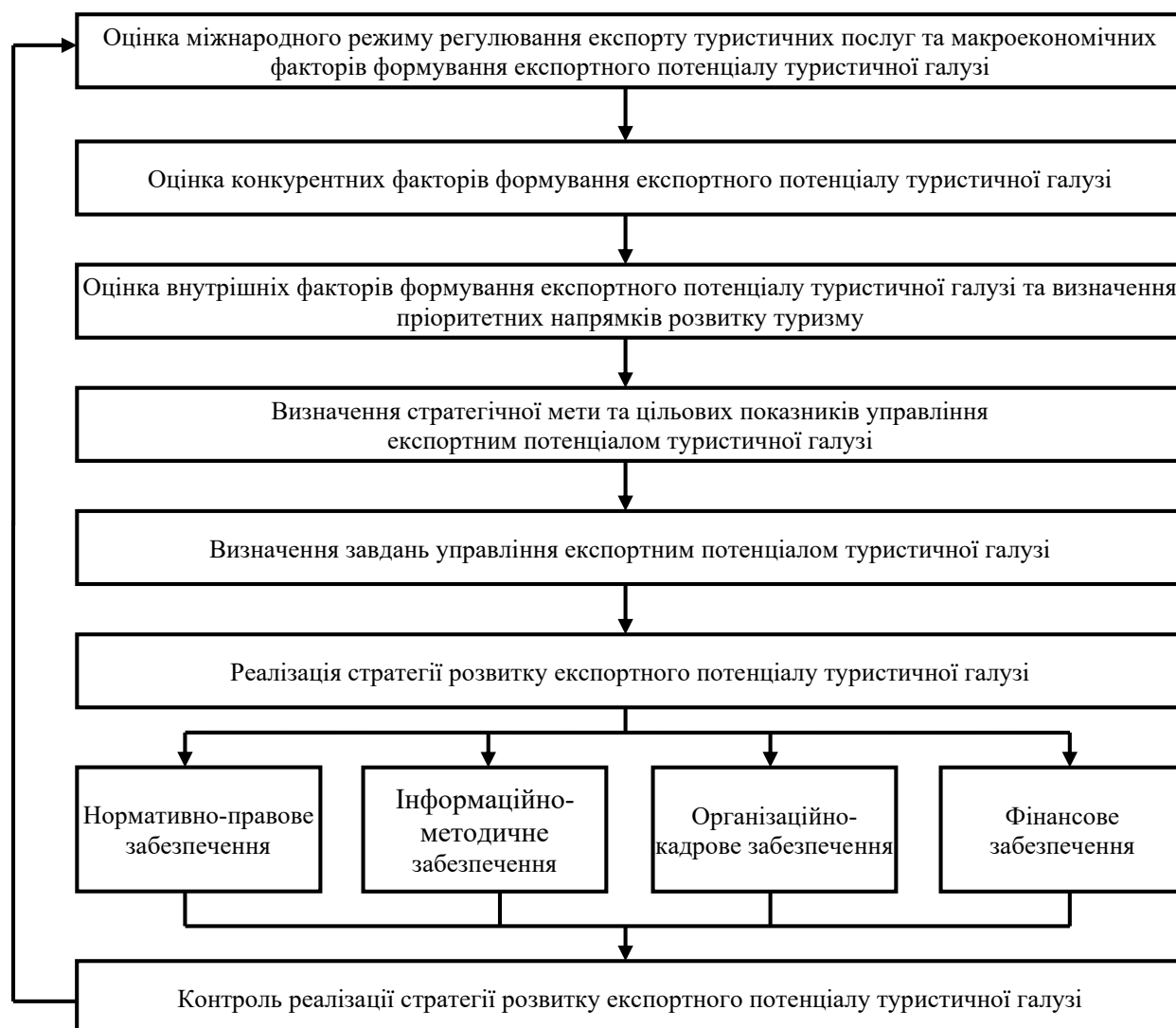


Рис. 3. Концептуальна авторська модель управління експортним потенціалом туристичної галузі України (складено автором на основі [31–32])

та рівня реалізації експортного потенціалу за цільовими стратегічними показниками, випуск піврічного інформаційного бюлетеня силами ДАРТ, що сприятиме посиленню прозорості, зростанню довіри та залученню потенційних інвесторів, формуванню та постійній актуалізації цифрового реєстру історико-культурної спадщини та туристичної інфраструктури після завершення бойових дій, проведення ребрендингу в умовах післявоєнного відновлення, в основі якого має лежати гасло «Stand With Ukraine», яке для всього світу стало закликком про допомогу біженцям, трансформоване в заклик відвідати і допомогти для того, щоб країна відновлювалася, а також позиціонування країни як безпечної для туристів;

— з метою вдосконалення фінансового забезпечення пропонується вдосконален-

ня фінансового забезпечення на оновлених принципах державно-приватного партнерства, зокрема, ефективного формування пріоритетів та критеріїв відбору проєктів, роз'яснення механізму оцінювання проєктів у рамках співвідношення «ціна та якість», ініціювання прозорої перевірки та контролю проєктів, підсилення процесу управління контрактами та ресурсним забезпеченням проєктів тощо, фінансування інвестиційного розвитку туризму в Україні в період післявоєнного відновлення за рахунок репарацій, виплачених країною-спонсором тероризму РФ, фінансової допомоги міжнародних партнерів та міжнародних інституцій; треба орієнтувати зусилля державних органів України на створення сприятливих умов ведення туристичного бізнесу та інвестування в нього, зокрема за рахунок адаптації турецького досвіду.



**Висновки.** Таким чином, поняття «експортний потенціал туристичної галузі» доцільно розуміти як максимально можливий обсяг експорту національного туристичного продукту, що формується під впливом макроекономічних, конкурентних та внутрішніх факторів галузі й реалізується у довгостроковій перспективі. Обґрунтовано, що інтегральний показник експортного потенціалу туристичної галузі доцільно визначати як добуток середнього доходу з одного іноземного туриста та показника річної місткості засобів розміщення, скорегованого на коефіцієнт сезонності та питому вагу в'їзного туристичного потоку, індекс впливу макроекономічних факторів, індекс міжнародної конкурентоспроможності, а показник використання експортного потенціалу, як відношення фактичного рівня доходу від експорту туристичних послуг до рівня експортного потенціалу туристичної галузі країни. Обґрунтовано, що одним з ключових макроекономічних факторів стимулювання попиту на туристичні послуги є фактори безпеки. Обґрунтовано, що динаміка експортного потенціалу туристичної галузі України цілком зображає макроекономічні тенденції міжнародної туристичної галузі. У 2017–2019 рр. спостерігалось нарощення експортного потенціалу туристичної галузі України до 4769,80 млн дол., у 2020 році — різке скорочення до 2458,15 млн дол.; у 2021 році — зростання до 6633,09 млн дол. через значне зростання середнього доходу з одного іноземного туриста до 690,48 дол. / особу за рахунок іноземних туристів з Саудівської Аравії. Установлено, що рівень реалізації експортного потенціалу туристичної галузі України демонструє скорочення протягом 2017–2021 рр. на 21,35 %. Обґрунтовано, що з врахуванням поточних умов діяльності української туристичної галузі пріоритетними секторами розвитку туризму мають бути визначені діловий, пізнавальний, зокрема темний або скорботний, оскільки актуальними будуть маршрути, пов'язані з війною і знаковими післявоєнними локаціями такими, як Ірпінь, Буча, Гостомель, що назавжди залишаться нагадуванням наступним поколінням, як Аушвіц або Бабин Яр, медичний, екологічний туризм. Обґрунтовано, що відновлення експортного потенціалу туристичної галузі України передбачає вдосконалення організаційно-кадрового, інформаційно-методичного та фінансового забезпечення розвитку туризму.

## Список літератури

1. Барвінок Н. Вплив війни на розвиток міжнародного туризму в Україні. *Проблеми раціонального використання соціально-економічного, еколого-енергетичного, нормативно-правового потенціалу України та її регіонів: матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції ГО «ІЕЕЕД», (01 травня 2022 року)*, м. Луцьк: СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2022. С. 7–9.
2. Миронов Ю. Б., Свидрук І. І. Туризм як чинник економічного розвитку країни. *Науковий вісник НЛТУ України. Економічні проблеми макроекономічного та регіонального рівнів*. 2016. Вип. 26.6. С. 255–262.
3. Петрушенко Ю. М., Журавка Ф. О., Мареха І. С., Новгородцева М. О. Чинники розвитку міжнародного туризму. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. № 3. С. 203–208.
4. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів. Київ : Наш формат, 2020. 424 с.
5. Чумаков К. І. Потенціал туристичної галузі України: формування і розвиток: дисерт. канд. екон. наук, спеціальність 08.00.03 — економіка та управління національним господарством. Запорізька державна інженерна академія. м. Запоріжжя. 2015. 207 с.
6. Лаврів І. М. Методика дослідження експортного потенціалу аграрних підприємств. *Економіка і організація управління*. 2016. № 4 (24). С. 288–294.
7. Копитко Є. Підходи до тлумачення поняття «експортний потенціал». *Стратегічні пріоритети розвитку економіки, менеджменту, сфери обслуговування та права в умовах інтеграційних процесів»: збірник наукових праць за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції, Херсон, 17–18 листопада 2021*. С. 70–73.
8. Мельник Ю. В., Самосудов А. С. Розвиток експортного потенціалу підприємств молочної галузі в умовах європейської інтеграції України. *Молодий вчений*. 2020. № 3 (79). С. 237–241.
9. International Labor Organization: International Labor Organization. URL: <https://ilostat.ilo.org/data> (дата звернення: 21.12.2022).
10. Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD): Organisation for Economic Cooperation and Development. URL : <https://stats.wto.org> (дата звернення: 21.12.2022).

11. World Bank Open Data: The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org> (дата звернення: 21.12.2022).
12. World Population Prospects: United Nations. Department of Economic and Social Affairs. URL: <https://population.un.org/wpp> (дата звернення: 21.12.2022).
13. World Trade Organization (WTO): World Trade Organization. URL: <https://stats.wto.org/>.
14. «United in Science 2021»: доповідь ООН. URL: [https://library.wmo.int/doc\\_num.php?explnum\\_id=10794](https://library.wmo.int/doc_num.php?explnum_id=10794) (дата звернення: 21.12.2022).
15. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. URL: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2017\\_web\\_0401.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf) (дата звернення: 21.12.2022).
16. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. URL: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf) (дата звернення: 21.12.2022).
17. Travel & Tourism Development Index 2021. URL: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Travel\\_Tourism\\_Development\\_2021.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf) (дата звернення: 21.12.2022).
18. Індекс війни: аналітичне дослідження. *Недержавний аналітичний центр «Українські студії стратегічних досліджень»*. 2021. 72 с.
19. Топ-10 збройних конфліктів у 2020 році. *Слово і діло*. 14.02.2020. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2020/02/14/infografika/svit/top-10-zbrojnyx-konfliktiv-2020-roczy> (дата звернення: 21.12.2022).
20. Які збройні конфлікти виникали у світі після Другої світової війни та до чого вони призвели. *Слово і діло*. 13.12.2019. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2019/12/13/infografika/polityka/yaki-zbrojni-konflikty-vynykaly-sviti-pislya-druhoji-svitovoyi-vijny-ta-choho-vony-pryzvely> (дата звернення: 21.12.2022).
21. Державний реєстр нерухомих пам'яток України. URL: <https://vue.gov.ua> (дата звернення: 21.12.2022).
22. Культурна спадщина України. *Державний реєстр нерухомих пам'яток України*. URL: <https://vue.gov.ua> (дата звернення: 21.12.2022).
23. Щербакова Н. О. Стан туристичної галузі України та процес її відтворення в післявоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 39. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-17> (дата звернення: 21.12.2022).
24. Державне агентство розвитку туризму: офіційний сайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 21.12.2022).
25. Аналіз ринку HoReCa в Україні: Аналітичне дослідження. *Pro-Consulting*. 2021. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-horeca-v-ukraine-2021-god> (дата звернення: 21.12.2022).
26. Аналіз ринку громадського харчування (HoReCa, кейтеринг, а також харчування на АЗС): Аналітичне дослідження. *Pro-Consulting*. 2018. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-obshestvennogo-pitaniya-horeca-kejtering-takzhe-pitanie-na-azs> (дата звернення: 21.12.2022).
27. Статистична інформація: Економічна статистика / Економічна діяльність / Транспорт. *Державна служба статистики України*. URL: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/tr.htm](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tr.htm) (дата звернення: 21.12.2022).
28. Статистична інформація: Туризм. Державна служба статистики України. URL: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/tur\\_.htm](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur_.htm) (дата звернення: 21.12.2022).
29. Подорожі: експорт-імпорт послуг. Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/travel> (дата звернення: 21.12.2022).
30. Валовий внутрішній продукт (ВВП) в Україні. Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp> (дата звернення: 21.12.2022).
31. Задорожна І. В., Задорожний А. І. Теоретичні підходи до формування механізму управління експортним потенціалом лісогосподарського підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 35. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-25> (дата звернення: 21.12.2022).
32. Орел В. М., Макода С. Л. Організаційно-економічний механізм управління розвитком експортного потенціалу аграрних підприємств. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2018. № 2. С. 40–47.
33. Тхожевський О. В. Перспективи відновлення індустрії туризму в Україні. *Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення: матеріали наукової конференції студентів*. Львів: видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2022. С. 198–199.

## References

1. Barvinok, N. (2022). *Vplyv viiny na rozvytok mizhnarodnoho turyzmu v Ukraini* [The influence of the war on the development of international tourism in Ukraine]. *Problemy ratsionalnoho vykorystannia sotsialno-ekonomichnoho, ekoloho-enerhetychnoho, normatyvno-pravovoho potentsialu Ukrainy ta yii rehioniv* [Problems of the rational use of the socio-economic, ecological, energy, normative and legal potential of Ukraine and its regions]: materials of the 1st International scientific and practical conference of the NGO “IEEEED”, (May 1, 2022), Lutsk, pp. 7–9.
2. Myronov, Yu. B., Svidruk, I. I. (2016). *Turyzm yak chynnyk ekonomichnoho rozvytku krainy* [Tourism as a factor in the economic development of the country]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy* [Scientific bulletin of NLTU of Ukraine]. *Ekonomichni problemy makroekonomichnoho ta rehionalnoho rivniv* [Economic problems at the macroeconomic and regional levels]. Issue 26.6. pp. 255–262.
3. Petrusenko, Y. M., Zhuravka, F. O., Marekha, I. S., Novgorodtseva, M. O. (2021). *Chynnyky rozvytku mizhnarodnoho turyzmu* [Development factors of international tourism]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu* [Bulletin of the Khmelnytskyi National University. Economic sciences], no. 3, pp. 203–208.
4. Porter, M. (2020). *Konkurentna stratehiia. Tekhniki analizu haluzei i konkurentiv* [Competitive strategy. Techniques of industry and competitor analysis]. Kyiv: “Nash format” Publ., 424 p.
5. Chumakov, K. I. (2015). *Potentsial turystychnoi haluzi Ukrainy: formuvannia i rozvytok* [The potential of the tourism industry of Ukraine: formation and development. Phd in Economic sciences thesis]. Zaporizhia State Engineering Academy. 207 p.
6. Lavriv, I. M. (2016). *Metodyka doslidzhenia eksportnoho potentsialu ahrarnykh pidpryemstv* [Methodology for researching the export potential of agrarian enterprises]. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia* [Economics and management organization], no. 4 (24). pp. 288–294.
7. Kopytko, E. (2021). *Pidkhody do tlumachenia poniattia «eksportnyi potentsial»* [Approaches to the interpretation of the concept of “export potential”]. *Stratehichni priorytety rozvytku ekonomiky, menezhmentu, sfery obsluhovuvannia ta prava v umovakh intehratsiinykh protsesiv* [Strategic priorities for the development of the economy, management, service sphere and law in the conditions of integration processes]. Kherson, pp. 70–73.
8. Melnyk, Y. V., Samosudov, A. S. (2020). *Rozvytok eksportnoho potentsialu pidpryemstv molochnoi haluzi v umovakh yevropeiskoi intehratsii Ukrainy* [Development of the export potential of dairy enterprises in the conditions of the European integration of Ukraine]. *Molodyi vchenyi* [A young scientist], no. 3 (79), pp. 237–241.
9. International Labor Organization: International Labor Organization. Available at: <https://ilostat.ilo.org/data>. (Accessed on 10 December 2022).
10. Organization for Economic Cooperation and Development (OECD): Organization for Economic Cooperation and Development. Available at: <https://stats.wto.org>. (Accessed on 10 December 2022).
11. World Bank Open Data: The World Bank. Available at: <https://data.worldbank.org>. (Accessed on 10 December 2022).
12. World Population Prospects: United Nations. Department of Economic and Social Affairs. Available at: <https://population.un.org/wpp/> (Accessed on 10 December 2022).
13. World Trade Organization (WTO): World Trade Organization. Available at: <https://stats.wto.org>. (Accessed on 10 December 2022).
14. “United in Science 2021”: UN report. Available at: [https://library.wmo.int/doc\\_num.php?explnum\\_id=10794](https://library.wmo.int/doc_num.php?explnum_id=10794). (Accessed on 10 December 2022).
15. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Available at: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2017\\_web\\_0401.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf). (Accessed on 10 December 2022).
16. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Available at: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf). (Accessed on 10 December 2022).
17. Travel & Tourism Development Index 2021. Available at: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Travel\\_Tourism\\_Development\\_2021.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf). (Accessed on 10 December 2022).
18. *Indeks viiny: analitychne doslidzhennia* (2021). [War Index: An Analytical Study]. *Nederzhavnyi analitychnyi tsentr «Ukrainski studii stratehichnykh doslidzhen»* [Non-governmental analytical center “Ukrainian Studies of Strategic Studies”]. 72 p.
19. *Top-10 zbroinykh konfliktiv u 2020 rotsi* [Top 10 armed conflicts in 2020]. *Slovo i dilo*. [Word and deed]. Available at: <https://www.slovoidilo.ua/2020/02/14/infografika/svit/top->

10-zbrojnykh-konfliktiv-2020-roczni. (Accessed on 10 December 2022).

20. *Yaki zbrojni konflikti vynykali u sviti pislia Druhoi svitovoi viiny ta do choho vony pryzvely* [What armed conflicts arose in the world after the Second World War and what did they lead to]. *Slovo i dilo* [Word and deed]. Available at: <https://www.slovoidilo.ua/2019/12/13/infografika/polityka/yaki-zbrojni-konflikti-vynykali-sviti-pislya-druhoi-svitovoyi-viiny-ta-choho-vony-pryzvely>. (Accessed on 10 December 2022).

21. *Derzhavnyi reiestr nerukhomykh pamiatok Ukrainy* [State register of immovable monuments of Ukraine]. Available at: <https://vue.gov.ua>. (Accessed on 10 December 2022).

22. *Kulturna spadshchyna Ukrainy* [Cultural heritage of Ukraine]. *Derzhavnyi reiestr nerukhomykh pamiatok Ukrainy* [State register of immovable monuments of Ukraine]. Available at: <https://vue.gov.ua>. (Accessed on 10 December 2022).

23. Shcherbakova, N. O. (2022). *Stan turystychnoi haluzi Ukrainy ta protses yii vidtvorennia v pisliavoiennyi period* [The state of the tourist industry of Ukraine and the process of its reproduction in the post-war period]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and society]. 2022. Issue 39. Available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-17>. (Accessed on 10 December 2022).

24. *Derzhavne ahentstvo rozvytku turyzmu: ofitsiyni sait* [State Tourism Development Agency: official website]. Available at: <https://www.tourism.gov.ua>. (Accessed on 11 October 2022).

25. *Analiz rynku HoReCa v Ukraini: Analitychne doslidzhennia* [Analysis of the HoReCa market in Ukraine: Analytical study]. Pro-Consulting. (2021). Available at: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-horeca-v-ukraine-2021-god>. (Accessed on 10 December 2022).

26. *Analiz rynku hromadskoho kharchuvannia (HoReCa, keiterynh, a takozh kharchuvannia na AZS): Analitychne doslidzhennia* [Analysis of the catering market (HoReCa, catering, as well as catering at gas stations): Analytical study]. Pro-Consulting. (2018). Available at: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-obshestvennogo-pitaniya-horeca-kejtering-takzhe-pitanie-na-azs>. (Accessed on 10 December 2022).

**Objective.** *The objective of the article is to assess the current state of the export potential of the Ukrainian tourism industry, taking into account the full-scale military aggression of Russia against Ukraine in order to find directions for its development in the period of the country's post-war recovery.*

27. *Statystychna informatsiia: Ekonomichna statystyka / Ekonomichna diialnist / Transport* [Statistical information: Economic statistics / Economic activity / Transport]. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy* [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/tr.htm](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tr.htm). (Accessed on 10 December 2022).

28. *Statystychna informatsiia: Turyzm* [Statistical information: Tourism]. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy* [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/tur\\_.htm](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur_.htm). (Accessed on 10 December 2022).

29. *Podorozhi: eksport-import posluh* [Travel: export-import of services]. Ministry of Finance. Available at: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/travel>. (Accessed on 10 December 2022).

30. Gross domestic product (GDP) in Ukraine. Ministry of Finance. Available at: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp>. (Accessed on 10 December 2022).

31. Zadorozhna, I. V., Zadorozhny, A. I. (2022). *Teoretychni pidkhody do formuvannia mekhanizmu upravlinnia eksportnym potentsialom lisohospodarskoho pidpriemstva* [Theoretical approaches to the formation of a mechanism for managing the export potential of a forestry enterprise]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and society]. Issue 35. Available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-25>. (Accessed on 10 December 2022).

32. Orel, V. M., Makoda, S. L. (2018). *Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm upravlinnia rozvytkom eksportnoho potentsialu ahrarynykh pidpriemstv* [Organizational and economic mechanism of managing the development of the export potential of agricultural enterprises]. *Aktualni problemy innovatsiinoi ekonomiky* [Actual problems of innovative economy], no. 2. pp. 40-47.

33. Thozhevskiy, O. V. (2022). *Perspektyvy vidnovlennia industrii turyzmu v Ukraini* [Prospects for the restoration of the tourism industry in Ukraine]. *Suchasni napriamy rozvytku ekonomiky, pidpriemnytstva, tekhnolohii ta yikh pravovoho zabezpechennia: materialy naukovoi konferentsii studentiv* [Modern trends in the development of the economy, entrepreneurship, technologies and their legal support: materials of the scientific conference of students]. Lviv, pp. 198–199.

**Methods.** The following general scientific methods and techniques of cognition were used in the research process: theoretical generalization and comparison, analysis and synthesis, induction and deduction, grouping.

**Results.** It was determined that the concept of “export potential of the tourism industry” should be understood as the maximum possible volume of export of the national tourism product, which is formed under the influence of macroeconomic, competitive and internal factors of the industry and is realized in the long term. A methodical approach to the integral assessment of the export potential of the tourism industry of Ukraine is proposed, taking into account macroeconomic, competitive and internal factors of influence, within which the integral indicator of the export potential of the tourism industry is proposed to be defined as the product of the average income from one foreign tourist and the indicator of the annual capacity of accommodation facilities, adjusted by the factor seasonality and the specific weight of the inbound tourist flow, the index of the influence of macroeconomic factors, the index of international competitiveness, and the indicator of the use of export potential, as a ratio of the actual level of income from the export of tourist services to the level of the export potential of the country’s tourism industry. It is substantiated that one of the key macroeconomic factors of stimulating the demand for tourist services are safety factors. It is substantiated that the dynamics of the export potential of the tourism industry of Ukraine fully reflects the macroeconomic trends of the international tourism industry, demonstrating its growth to 4769.80 million dollars. USA in 2019, a sharp reduction to \$2,458.15 million. USA in 2020 and growth to 6633.09 million USD. USA in 2021 due to a significant increase in the average income from one foreign tourist to \$690.48. / person at the expense of foreign tourists from Saudi Arabia. It was established that the level of realization of the export potential of the tourism industry of Ukraine shows a decrease during 2017–2021 by 21.35 %. It is substantiated that, taking into account the current conditions of the functioning of the Ukrainian tourism industry, the priority sectors of tourism development should be business, cognitive, in particular dark, mournful, since the routes associated with the war and iconic post-war locations such as Irpin, Bucha, Gostomel, which will forever remain a reminder to future generations, like Auschwitz or Babin Yar, medical and ecological tourism. It is substantiated that the restoration of the export potential of the tourism industry of Ukraine requires the improvement of organizational and personnel, informational, methodological and financial support for the development of tourism.

The practical significance of the obtained results lies in the possibility of their use in the development of an updated strategy for the development of the export potential of the tourism industry of Ukraine and its implementation.

**Key words:** export potential of the tourism industry, tourism, development, competitiveness, world market, post-war recovery.

*Надійшла до редакції 17.12.2022*

DOI : 10.33274/2079-4762-2022-52-2-118-126

JEL : F10, G10

УДК 339.172 : 347.731.1

**Ніколайчук О. А.,**  
канд. екон. наук,  
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі  
ім. М. Туган-Барановського  
Кривий Ріг, Україна,  
e-mail: nikolaichuk@donnuet.edu.ua

### СУЧАСНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОЇ БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ

UDC 339.172: 347.731.1

**Nikolaichuk O. A.,**  
PhD in Economics,  
Associate Professor

Mykhailo Tuhun-Baranovskyi Donetsk National University of  
Economics and Trade, Kryvyi Rih, Ukraine  
e-mail: nikolaichuk@donnuet.edu.ua

### CURRENT TRANSFORMATIONS OF GLOBAL EXCHANGE TRADING

**Мета.** Метою дослідження є проведення аналізу сучасного стану та визначення основних тенденцій розвитку світової біржової торгівлі.

**Методи.** У процесі дослідження використано загальнонаукові методи та прийоми дослідження: аналіз, синтез, узагальнення, індукція, дедукція, абстрактно-логічний метод, графічні й табличні методи (для наочного зображення аналізованого матеріалу).

**Результати.** У статті проведено аналіз основних тенденцій розвитку світової біржової торгівлі. Розглянуто та охарактеризовано тенденції розвитку міжнародного біржового ринку. Проаналізовано сучасний стан та структуру світової біржової торгівлі товарними та фінансовими деривативами у 2013–2022 рр. Проведено аналіз торгівлі ф'ючерсами та опціонами. Проведено аналіз структури світової біржової торгівлі за основними групами активів. Досліджено за географічними регіонами структуру світового біржового ринку. Досліджено обсяги торгової активності в різних регіонах у 2013 р., 2021–2022 рр. Виявлено, що найбільшу відсоткову частку світової торговельної активності протягом останнього десятиліття займає Азіатсько-Тихоокеанський регіон. Проаналізовано рейтинг світових бірж за кількістю контрактів та рейтинг найбільших світових фондових бірж за ринковою капіталізацією. Рейтинг світових бірж за кількістю контрактів свідчить, що найбільша кількість угод припадає на біржі Індії, Бразилії, США, Китаю, Південної Кореї тощо. Систематизовано основні чинники, які впливають на сучасний стан розвитку біржової торгівлі у світі. Встановлено, що на сьогоднішній день у світі відбувається активний розвиток електронної біржової торгівлі та зростання криптовалютної економіки, що буде продовжуватися у найближчій перспективі та призведе до посилення конкуренції серед електронних бірж.

**Ключові слова:** біржа, біржова торгівля, світовий біржовий ринок, біржові контракти.

**Постановка проблеми.** Сучасний світовий біржовий ринок стрімко розвивається та впливає на різні сторони ведення господарської діяльності. Під впливом глобалізаційних процесів відбуваються кардинальні зміни в біржовій торгівлі, тому вивчення стану розвитку світової біржової торгівлі становить науковий та практичний інтерес для сучасних економічних досліджень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням питань становлення та розвитку біржового ринку та біржової торгівлі присвячені наукові праці зарубіжних та вітчизняних вчених-економістів: Ф. Аллена, В. Берга,

Е. Бреді, С. Вайна, Дж. Віллей, Дж. Долана, Дж. М. Кейнса, Дж. Лернера, Э. Лефевра, А. Маршалла, Д. Монтано, Э. Наймана, П. Туфанно, К. Форбса, Дж. К. Халла, Дж. Хікса, У. Шарпа, О. Штиллих, В. Гниляк, О. Маслака, А. Масло, Ю. Рубана, М. Солодкого, О. Сохацької, М. Примостки та ін. Незважаючи на значну кількість досліджень щодо біржового ринку та біржової торгівлі, наявні проблеми і перспективи розвитку біржової торгівлі у світі потребують подальшого вивчення.

**Мета статті** — проведення аналізу сучасного стану та визначення основних тенденцій розвитку світової біржової торгівлі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

Міжнародний біржовий ринок відіграє значну роль в ринковій економіці, відображає реальний стан товарних ринків, забезпечує можливість спекуляції та прогнозування цінових тенденцій.

Динаміка річних обсягів біржової торгівлі на світовому біржовому ринку представлена на рис. 1.

Аналіз статистичних даних глобального біржового ринку за даними світової Асоціації ф'ючерсної індустрії (FIA) свідчить, що станом на грудень 2022 р. була зафіксована рекордна активність учасників на провідних біржах світу з обсягом торгів 75,41 млрд угод. Якщо в 2013 році загальні кількість угод складала 21,57 мільярди, то загальний обсяг торгів у 2021 р. сягнув 62,58 мільярди контрактів

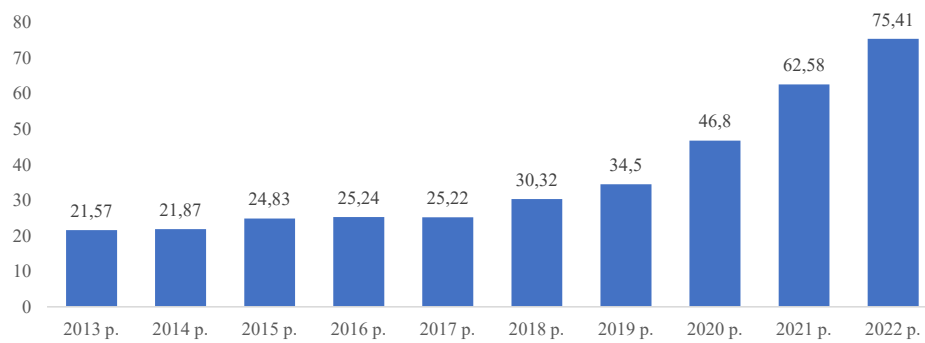


Рис. 1. Динаміка біржової торгівлі на світовому біржовому ринку, млрд угод (складено автором за даними [1–3])

у 2021 році, що на 33,7 % більше, ніж у 2020 році. Значну частину зростання протягом останніх років спричинило швидке зростання на біржах Бразилії, Китаю та Індії. Додатковим фактором став вибух роздрібної торгівлі опціонами на акції, особливо в США. Таким чином, кількість укладених угод зросла за 2013–2022 рр. в 3,5 рази, що свідчить про ви-

ключну важливість світової біржової торгівлі деривативами.

Вивчення основних тенденцій розвитку торгівлі деривативами на світових біржах свідчить, що основними інструментами нині є ф'ючерси та опціони. Структура торгівлі на світовому біржовому ринку за видами деривативів наведена у табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка світової біржової торгівлі ф'ючерсами та опціонами, млрд угод (складено автором за даними [1–3])

Деривативи	Роки										Темп росту 2022/2013 рр., %
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
Ф'ючерси	12,14	12,16	14,51	15,91	14,86	17,19	19,26	25,55	29,27	26,9	221,58
Опціони	9,43	9,71	10,32	9,33	10,36	13,13	15,23	21,27	33,31	48,51	514,42
Разом	21,57	21,87	24,83	25,24	25,22	30,32	34,49	46,82	62,58	75,41	349,61

Обсяги торгівлі ф'ючерсними контрактами у 2022 р. зросли в 2,2 рази порівняно з 2013 р. до рівня 26,9 млрд угод. В той же час обсяг торгівлі опціонами на глобальному біржовому ринку за 2022 р. приріс більш значними темпами в порівнянні з 2013 р. — в 5,14 рази до рівня 48,51 млрд угод, при чому якщо у період 2013–2020 рр. найбільша частка біржової торгівлі припадала на ф'ючерси (54–63 %), то у 2021–2022 р. провідну роль вже відіграє торгівля опціонами. У 2022 р. частка опціонів складає 64 %.

Оцінка структури світової торгівлі деривативами за видами базових активів, відображена на рис. 2.

Як видно з рис 1, за період 2013–2022 рр. за усіма групами біржових інструментів спостерігається збільшення, що підтверджує загальну тенденцію до зростання торгової активності на світових біржових ринках. Темпи росту обсягів біржової торгівлі представлені у табл. 2.

Найбільші темпи зростання з 2013 по 2022 роки за обсягом укладених контрактів на світових біржах спостерігалися на цінні папери та інші активи — зросли відповідно в 4,75 та 4,24 рази за весь період, що свідчить про стрімке збільшення потреби в даних видах фінансових інструментів. Значний інтерес на біржовому

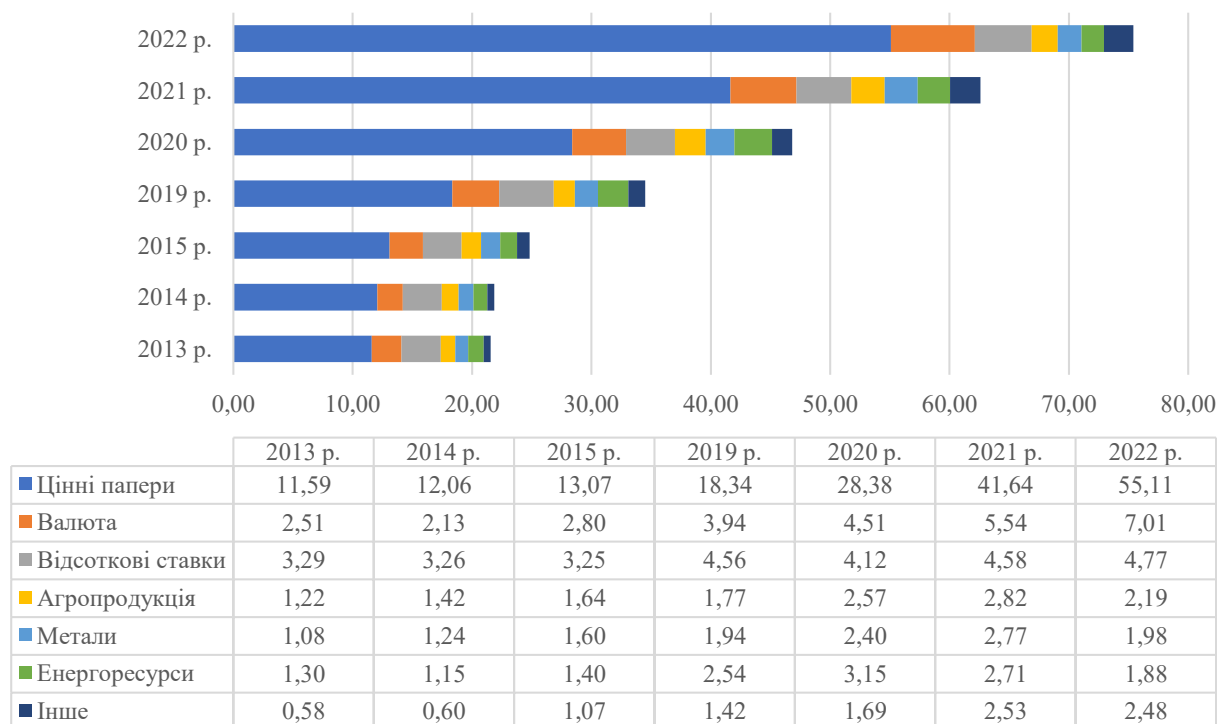


Рис. 2. Динаміка світової біржової торгівлі за видами активів, млрд. угод (складено автором за даними [1–3])

Таблиця 2

Темпи росту обсягів біржової торгівлі (за кількістю угод), % (розраховано автором за даними [1–3])

Вид активів	2014/ 2013 рр.	2015/ 2014 рр.	2020/ 2019 рр.	2021/ 2020 рр.	2022/ 2021 рр.	2022/ 2013 рр.
Цінні папери	104,11	108,39	154,75	146,74	132,33	475,62
Валюта	85,02	131,32	114,64	122,81	126,44	279,68
Відсоткові ставки	98,92	99,65	90,34	111,22	104,19	144,75
Агропродукція	116,89	115,41	145,31	109,70	7,77	180,11
Метали	115,15	128,46	123,49	115,30	71,76	183,75
Енергоресурси	88,53	121,89	123,92	86,03	69,32	144,36
Інше	102,73	178,26	118,98	149,66	98,05	424,84
Разом	101,40	113,54	135,68	133,68	117,35	340,53

ринку становлять операції з валютою — приріст в 2,79 рази, за металами — приріст в 1,83 рази, за відсотковими ставками та енергоресурсами — відповідно на в 1,44 рази для обох біржових інструментів, у той же час, кількість угод за агропродукцією зросла в 1,8 рази. Загальне зростання по всім видам інструментів становить 3,4 рази за 2013–2022 р.

Аналіз структури біржової торгівлі протягом 2013–2022 роках за видами базових активів (рис. 2) свідчить, що найбільша частка угод припадає на фінансові інструменти з тенденцією скорочення частки біржового товарного ринку. У 2021 році порівняно з 2013 роком у структурі активів біржової торгівлі відбулось збільшення частки за такими групами: цінні папери — 13 %, агропродукція — 1 % та інші — 1 %; зменшення: відсоткові ставки —

6 %, валюта — 2 %, енергоресурси 2 %, метали — 1 %.

Станом на 2022 р. найбільша кількість угод припадала на цінні папери — 73 % всіх угод, валюта — 9 %, відсоткові ставки — 6 %. У групі товарних деривативів частка енергоресурсів скоротилася за рік на 1 % і становила лише 3 %, частка товарних деривативів на аграрну продукцію зменшилася на 2 %, крім того, відбулося скорочення і частки торгівлі металами з 4 % до 3 %.

Протягом останнього десятиліття світовий біржовий ринок зазнав трансформацій та значно розростається по усіх регіонах світу. Значне зростання спостерігається на біржах у Бразилії, Китаю та Індії, що знаходить відтворення і у структурі міжнародного біржового ринку за географічними регіонами (рис. 3).



Найбільшу відсоткову частку світової торговельної активності протягом десяти років займає Азіатсько-Тихоокеанський регіон з коливаннями до зростання від 34 % світового обсягу торгів у 2013 році до 58 % у 2022 році. Пів-

нічна Америка займає у структурі друге місце із тенденцією до зменшення з 36 % у 2013 р. з 21 % світового обсягу торгівлі у 2022 р. (рис. 4).

Протягом 10 років частка світового обсягу торгівлі, що припадає на біржі Латинської

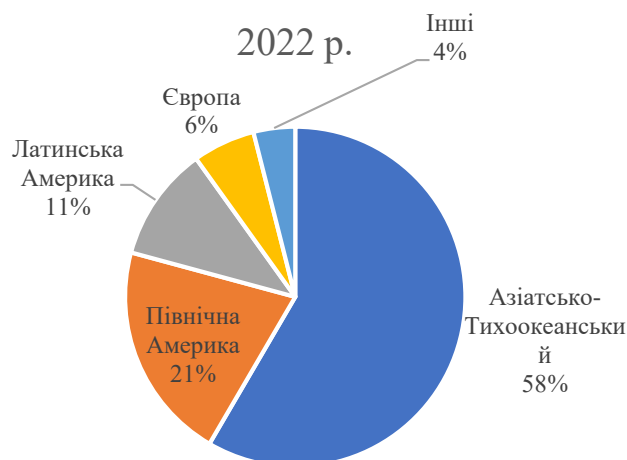
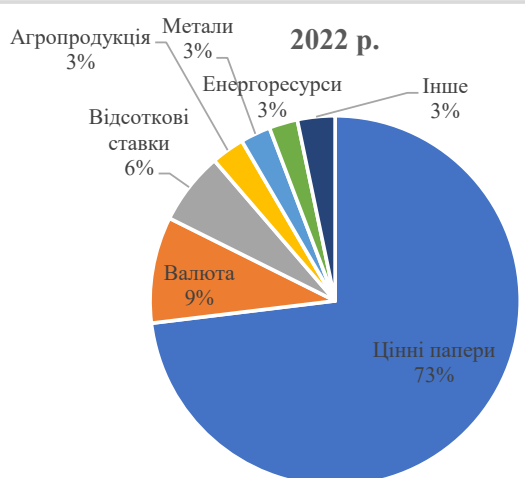
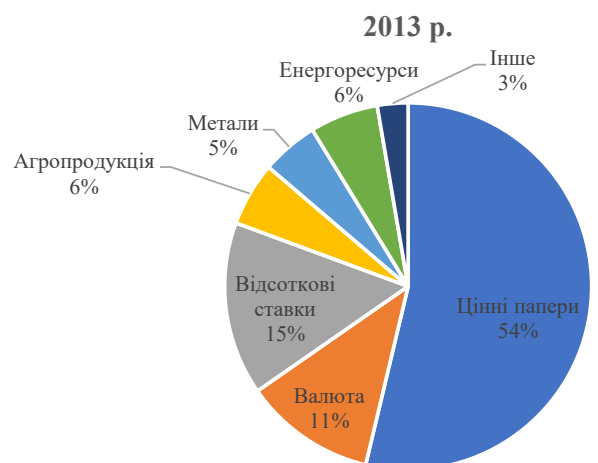


Рис. 3. Структура світової біржової торгівлі, % (розраховано автором за даними [1–3])

Рис. 4. Географічна структура світової біржової торгівлі, % (складено автором за даними [1–3])

Америку, коливалась в сторону зростання та в 2022 р. становила 11 %. Навпаки, торгова активність у Європі зменшилася протягом 2013–2022 р. на 14 %.

У кожній частині світу з'являються нові біржі, які здійснюють біржові операції переважно фінансовими інструментами. В світі нині нараховується близько 180 фондових бірж та близько 50 міжнародних товарних бірж. У багатьох країнах світу функціонує лише одна біржа. За даними Асоціації ф'ючерсної індустрії, переважний вплив на розвиток біржової торгівлі здійснюють 10 лідируючих на світовому ринку бірж та біржових об'єднань, які забезпечують 66,8 % всіх біржових угод у 2021 р. (табл. 3).

Рейтинг світових бірж за кількістю контрактів (табл. 3) свідчить, що найбільша кількість угод припадає на біржі Індії, Бразилії, США, Китаю, Південної Кореї тощо. При чому найбільші темпи приросту кількості контрактів зафіксовані на біржах країн, що розвиваються: індійській біржі «National Stock Exchange of India» — майже 95 %, китайській біржі «Zhengzhou Commodity Exchange» — майже 52 %, бразильській біржі «B3» — на 38 %.

«National Stock Exchange of India» має найвищий обсяг торгів: у 2021 року було продано 17,26 мільярда контрактів, що становить 22,9 % від світового обсягу угод.

Бразильська біржа «B3» була другою за обсягом біржею, обсяг торгів якої зріс на 38,04 %

Таблиця 3

Рейтинг світових бірж за кількістю контрактів, які продані і/або пройшли кліринг (складено автором за даними [1–3])

Біржа	Обсяг угод у 2020 р.	Обсяг угод у 2021 р.	% зміни
National Stock Exchange of India	8 850 473 823	17 255 329 463	94,97%
B3	6 342 883 080	8 755 773 393	38,04%
CME Group	4 820 589 858	4 942 738 176	2,53%
Intercontinental Exchange	2 788 944 012	3 317 893 282	18,97%
Nasdaq	2 660 595 514	3 292 840 477	23,76%
CBOE Holdings	2 614 108 017	3 095 692 862	18,42%
Zhengzhou Commodity Exchange	1 701 847 321	2 582 227 206	51,73%
Shanghai Futures Exchange	2 128 613 700	2 445 774 713	14,90%
Dalian Commodity Exchange	2 207 327 866	2 364 418 367	7,12%
Korea Exchange	2 184 930 969	2 281 738 234	4,43%
Обсяг угод бірж ТОП-10	36 300 314 160	50 334 426 173	38,66
% від світового обсягу угод	58,00	66,75	8,74

до 8,755 мільярда контрактів. CME Group посіла третє місце за обсягом: у 2021 року було продано 4,942 мільярда контрактів, що на 2,53 % більше, ніж у 2020 році.

Рейтинг найбільших світових фондових бірж за ринковою капіталізацією у 2022 році представлені у табл. 4.

Нью-Йоркська фондова біржа (NYSE) є найбільшою фондовою біржею у світі, капіталізація ринку акцій якої становила трохи більше 26,2 трильйона доларів США станом на листопад 2022 року. Ринкова капіталізація NYSE становить 26,2 трильйона доларів, на біржі зареєстровано понад 2400 компаній.

До перелічених компаній входить багато «блакитних фішок» і вони диверсифіковані в усіх секторах.

Наступними трьома біржами були NASDAQ, Шанхайська фондова біржа та Euronext.

NASDAQ — друга за величиною фондова біржа у світі, це була перша у світі фондова біржа з електронними торгами. Загальна ринкова капіталізація NASDAQ становить 28,28 мільярда доларів США, на ній зареєстровано понад 3000 компаній із середнім обсягом торгів 1,26 долара щомісяця. Біржа NASDAQ включає великі технологічні компанії, на

**Найбільші світові оператори фондових бірж у 2022 році за ринковою капіталізацією  
(складено автором за даними [4])**

Фондова біржа	Рік заснування	Країна	Ринкова капіталізація
New York Stock Exchange (NYSE)	1792	США	\$26,2 трлн
National Association of Securities Dealers Automated Quotations (NASDAQ)	1971	США	\$28,28 трлн
Shanghai Stock Exchange (SSE)	1866	Китай	\$6,87 трлн
European New Exchange Technology (EU-RONEXT)	2000	Європа	\$6,65 трлн
Hong Kong Stock Exchange (HKEX)	1891	Гонконг	\$43,64 трлн
Tokyo Stock Exchange (TSE)	1898	Японія	\$5,67 трлн
Shenzhen Stock Exchange (SZSE)	1990	Китай	\$5,24 трлн
London Stock Exchange (LSE)	1801	Велика Британія	\$4,13 трлн
Toronto Stock Exchange (TSX)	1861	Канада	\$3,1 трлн
Bombay Stock Exchange (BSE)	1875	Індія	\$3,5 трлн

частку яких припадає 9 % загальної ринкової вартості у світі, однак на ній немає жодної компанії, зареєстрованої в нафтовому, газовому чи комунальному секторах.

Компанії, з якими співпрацює NASDAQ, належать до сфери технологій, охорони здоров'я та сектору побутових послуг, перелік деяких великих компаній включає Microsoft, Google, Facebook, Amazon, Tesla, Apple тощо.

Шанхайська фондова біржа (SSE) — третя за величиною фондова біржа у світі та найбільша в Азії, розташована в Шанхаї (Китай). SSE складається з понад 1500 відкритих компаній з обмеженою відповідальністю, сукупна ринкова капіталізація яких становить 6,87 трильйона доларів США.

Кожна акція, що котирується на SSE, містить акції класу «А» з ціною в місцевій валюті юанів та акції класу «В», які котируються в доларах США. Акції класу «А» призначені лише для внутрішніх інвестицій, за винятком інвесторів, які відповідають вимогам схеми іноземних інвестицій, з іншого боку, акції класу «В» доступні як для іноземних, так і для вітчизняних інвесторів.

Euronext — це багатодержавна фондова біржа, розташована в Амстердамі (Нідерланди). Біржа керує біржами в Амстердамі, Лондоні, Парижі, Лісабоні, Брюсселі, Дубліні, Мілані та Осло, вона була заснована в 2000

році та відома як Європейська фондова біржа і вважається найкращою фондовою біржею в Європі. Euronext має понад 1300 компаній із загальною ринковою капіталізацією 6,65 трильйона доларів, одними з найбільших компаній, акції яких котируються на цій біржі, є Procter & Gamble, LVMH, Royal Dutch Shell, Merck & Co і L'Oreal [4].

Аналіз наукової літератури свідчить, що основними чинниками, які впливають на сучасний стан розвитку біржової торгівлі у світі є: процеси глобалізації ринку, розвиток новітніх інформаційних технологій, посилення впливу глобальних фінансових учасників ринку, диверсифікація наявних та виникнення нових фінансових інструментів, уніфікація норм регулювання біржових ринків, регіональні структурні зміни в активності світового біржового ринку з посиленням концентрації біржової торгівлі в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні [5–8].

На сьогоднішній день у світі відбувається активний розвиток електронної біржової торгівлі, широко спостерігається створення єдиних біржових електронних майданчиків. Все більш поширеним стає проведення торгів в електронній формі, онлайн-режимі, що дозволяє значно спростити діяльність учасників біржової торгівлі [9].

Тренд останнього десятиліття — зростання криптовалютної економіки — спро-

вокував черговий етап розвитку електронної фондової торгівлі. З'явилися біржі, які об'єднали традиційні й криптовалютні активи в рамках однієї платформи, а саме Nuobi, CRYPTONIT, а також біржі, що спеціалі-

зуються на торгівлі тільки криптовалютами, такі як Indacoin, CRYPTSY [9].

Найкращі криптовалютні програми та біржі на січень 2023 року (за рейтингом Forbes Advisor) представлені у табл. 5.

Таблиця 5

**Найкращі криптовалютні програми та біржі на січень 2023 року — за рейтингом Forbes Advisor  
(складено автором за даними [10])**

Криптові біржа	Рейтинг	Умови торгівлі
Kraken	4,6	Фіксована комісія 0,9% для стейблкоїнів, 1,5% для інших криптовалют *Миттєва покупка Kraken
Gemini	4,5	Комісія мейкера 0,2%, комісія отримувача 0,4%
Crypto.com	4,5	0,075% мейкер / 0,075% отримувач
KuCoin	4,3	0,1% комісії мейкера, 0,1% комісії отримувача *LV0 Рівень торгової комісії
Coinbase	4,1	Комісія мейкера 0,4% / комісія отримувача 0,6%.

За останніми підрахунками, у світі було понад 20000 криптовалютних проектів, і зараз, за даними Debthammer, загалом налічується близько 295 мільйонів користувачів криптовалюти, 20 % з яких знаходяться в США [10].

**Висновки.** В результаті проведеного аналізу світової біржової торгівлі встановлено, що сучасний етап відзначається процесами динамічного її розвитку й вдосконалення.

Оцінка біржової торгівлі за кількістю укладених угод свідчить про зростання за 2013–2022 рр. в 3,5 рази, що свідчить про виключну важливість світової біржової торгівлі деривативами. Аналіз світової біржової торгівлі за видами угод свідчить про домінування ф'ючерсних угод над опціонами у 2013–2020 рр., однак у 2021–2022 р. провідну роль вже відіграє торгівля опціонами. Діагностика структури біржової торгівлі за видами базових активів дала змогу встановити, що найбільша частка угод припадає на фінансові інструменти з тенденцією скорочення частки біржового товарного ринку.

Встановлено, що протягом останнього десятиліття світовий біржовий ринок зазнав трансформацій та значно розростається по усіх регіонах світу. Найбільшу відсоткову частку світової торговельної активності протягом десяти років займає Азіатсько-Тихоокеанський регіон, в той же час торгова активність у Європі значно зменшилася. Переважний вплив на розвиток біржової торгівлі здійснюють 10 лідерів на світовому ринку бірж та біржових об'єднань, які забезпечують до 70 %

всіх біржових угод. Рейтинг світових бірж за кількістю контрактів свідчить, що найбільша кількість угод припадає на біржі Індії, Бразилії, США, Китаю, Південної Кореї тощо.

На сьогоднішній день у світі відбувається активний розвиток електронної біржової торгівлі та зростання криптовалютної економіки, що буде продовжуватися у найближчій перспективі та призведе до посилення конкуренції серед електронних бірж.

#### Список літератури

1. Global futures and options trading reaches record level in 2020. URL: <https://www.fia.org/resources/global-futures-and-options-trading-reaches-record-level-2020>. (дата звернення 20.12.2022).
2. Global futures and options trading hits another record in 2021. URL: [https://www.fia.org/resources/global-futures-and-options-trading-hits-another-record-2021#:~:text=Washington%2C%20DC%20%E2%80%94%20FIA%20today%20released,33.7%25%20from%20the%20previous%20year](https://www.fia.org/resources/global-futures-and-options-trading-hits-another-record-2021#:~:text=Washington%2C%20DC%20%E2%80%94%20FIA%20today%20released,33.7%25%20from%20the%20previous%20year.). (дата звернення 20.12.2022).
3. ETD Tracker. URL: <https://www.fia.org/etd-tracker>. (дата звернення 20.12.2022).
4. Largest Stock Exchanges in the World. URL: <https://scripbox.com/pf/largest-stock-exchanges-in-the-world/> (дата звернення 20.12.2022).
5. Згурська О. М., Сьомкіна Т. В., Гужавіна І. В. Фундаментальні тренди розвитку світової біржової торгівлі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 24. С. 5–9.

DOI: 10.32702/2306-6814.2020.24.5 (дата звернення 20.12.2022).

6. Кухарець В. В., Булуй О. Г., Левківська Л. М. Тенденції розвитку біржового ринку в умовах глобалізації світової економіки. *Ефективна економіка*. 2021. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8795> (дата звернення: 20.12.2022). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.4.90. (дата звернення 20.12.2022).

7. Машлій Г., Сороківська О., Зяйлик М. Стан та тенденції розвитку біржової торгівлі на сучасному етапі. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 2 (27). С. 72–84. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22mhbns.pdf> (дата звернення 20.12.2022).

8. Солодкий О.М., Яворська В.О. Біржовий ринок в умовах глобалізації: стан та перспективи розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2019. Випуск 31. [http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/31\\_2019\\_ukr/30.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/31_2019_ukr/30.pdf) (дата звернення 20.12.2022).

9. Науменко Н. С., Хірова В. Ю. Сучасні тренди електронної біржової торгівлі: перспективи та вектори розвитку автоматизації. *Причорноморські економічні студії*. Випуск № 48. Ч. 1. Одеса: ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій», 2019. С. 41–45. URL: [http://bses.in.ua/journals/2019/48\\_1\\_2019/9.pdf](http://bses.in.ua/journals/2019/48_1_2019/9.pdf) (дата звернення 20.12.2022).

10. Best Crypto Apps & Exchanges Of 2023. <https://www.forbes.com/advisor/investing/cryptocurrency/best-crypto-exchanges> (дата звернення 20.12.2022).

## References

1. Global futures and options trading reaches record level in 2020. Available at : [www.fia.org/resources/global-futures-and-options-trading-reaches-record-level-2020](http://www.fia.org/resources/global-futures-and-options-trading-reaches-record-level-2020). (Accessed 20 Dec. 2022).

2. Global futures and options trading hits another record in 2021. URL: Available at : [www.fia.org/resources/global-futures-and-options-trading-hits-another-record-2021#:text=Washington%2C%20DC%20%E2%80%94%20FIA%20today%20released,33.7%25%20from%20the%20previous%20year](http://www.fia.org/resources/global-futures-and-options-trading-hits-another-record-2021#:text=Washington%2C%20DC%20%E2%80%94%20FIA%20today%20released,33.7%25%20from%20the%20previous%20year). (Accessed 20 December 2022).

3. ETD Tracker. Available at : [www.fia.org/etd-tracker](http://www.fia.org/etd-tracker). (Accessed 20 December 2022).

4. Largest Stock Exchanges in the World. Available at : [scripbox.com/pf/largest-stock-exchanges-in-the-world](https://scripbox.com/pf/largest-stock-exchanges-in-the-world). (Accessed 20 December 2022).

5. Zgurska, O., Somkina, T. and Huzhavina, I. (2020). *Fundamentalni trendy rozvytku svitovoi birzhovoi torhivli* [Fundamental trends of world exchange trade development]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid* [Investments: practice and experience], vol. 24, pp. 5–9. DOI: 10.32702/2306-6814.2020.24.5. (Accessed 20 December 2022).

6. Kukharets, V., Buluy, O. and Levkivska, L. (2021). *Tendentsii rozvytku birzhovoho rynku v umovakh hlobalizatsii svitovoi ekonomiky* [Some tendencies in stock market development under world economy globalization]. *Efektivna ekonomika* [Effective economy], vol. 4. Available at : [www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8795](http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8795). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.4.90. (Accessed 20 December 2022).

7. Mashliy, H., Sorokivska, O. & Ziailyk, M. (2022). *Stan ta tendentsii rozvytku birzhovoi torhivli na suchasnomu etapi* [Exchange trade current state and development trends]. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava* [Socio-Economic Problems and the State], vol. 27, no. 2, pp. 72–84. Available at : [sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22mhbns.pdf](http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22mhbns.pdf). (Accessed 20 December 2022).

8. Solodkyi O.M., Yavorska V.O. (2019). *Birzhovyi rynek v umovakh hlobalizatsii: stan ta perspektyvy rozvytku* [Stock market in terms of globalization: development perspectives]. *Infrastruktura rynku* [Market infrastructure], issue 31. Available at : [www.market-infr.od.ua/journals/2019/31\\_2019\\_ukr/30.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/31_2019_ukr/30.pdf). (Accessed 20 December 2022).

9. Науменко Н. С., Хірова В. Ю. (2019). *Suchasni trendy elektronnoi birzhovoi torhivli: perspektyvy ta vektory rozvytku avtomatyzatsii* [Current trends of exchange trade]. *Prychornomorski ekonomichni studii* [Black Sea Economic Studies], no. 48. Odessa: Black Sea Research Institute of Economics and Innovation, Publ., pp. 41–45. Available at : [bses.in.ua/journals/2019/48\\_1\\_2019/9.pdf](http://bses.in.ua/journals/2019/48_1_2019/9.pdf). (Accessed 20 December 2022).

10 Best Crypto Apps & Exchanges Of 2023. Available at : [www.forbes.com/advisor/investing/cryptocurrency/best-crypto-exchanges](https://www.forbes.com/advisor/investing/cryptocurrency/best-crypto-exchanges). (Accessed 20 December 2022).

**Objective.** *The objective of the study is to analyze the current state and identify the main trends in the development of world stock trading.*

**Methods.** *In the research process, general scientific methods and techniques of research were used: analysis, synthesis, generalization, induction, deduction, abstract-logical method, graphic and tabular methods (for a visual representation of the analyzed material).*

**Results.** *The article analyzes the main trends in the development of global stock trading. The development trends of the international stock market are considered and characterized. The current state and structure of global exchange trading in commodity and financial derivatives in 2013–2022 was analyzed. Futures and options trading was analyzed. An analysis of the structure of world stock trade by main groups of assets was carried out. The structure of the world stock market was studied by geographical regions. The volume of trade activity in various regions in 2013, 2021–2022 was studied. It was revealed that the largest percentage share of world trade activity during the last decade is occupied by the Asia-Pacific region. The rating of world stock exchanges by the number of contracts and the rating of the largest world stock exchanges by market capitalization were analyzed. The rating of world exchanges by the number of contracts shows that the largest number of transactions is on the exchanges of India, Brazil, the USA, China, South Korea, etc. The main factors affecting the current state of development of stock trading in the world are systematized. It has been established that today the world is actively developing electronic exchange trading and the growth of the cryptocurrency economy, which will continue in the near future and will lead to increased competition among electronic exchanges.*

**Key words:** *stock exchange, stock trading, world stock market, stock contracts.*

*Надійшла до редакції 21.12.2022*

DOI : 10.33274/2079-4762-2022-52-2-127-134

JEL : L83, L19

УДК (339.13:640.4)((477)+061.1ЄС)(045)

**Романуха О. М.,**  
канд. іст. наук,  
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського,  
м. Кривий Ріг, Україна,  
e-mail: romanukha@donnuet.edu.ua

**Горіна Г. О.,**  
д-р екон. наук,  
професор

e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

**Васильєва В. К.,**  
магістрант

e-mail: vasylieva@donnuet.edu.ua

### КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ СТАНУ РОЗВИТКУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ ТА КРАЇН ЄС

UDK (339.13:640.4)((477)+061.1EU)(045)

**Romanukha O. M.,**  
PhD in History,  
Associate Professor

Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk National University  
of Economics and Trade,  
Krivyi Rih, Ukraine,  
e-mail: e-mail: romanukha@donnuet.edu.ua

**Gorina G. O.,**  
Grand Phd of Economic Sciences,  
Professor

e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

**Vasylieva V. K.,**  
Master

e-mail: vasylieva@donnuet.edu.ua

### COMPARATIVE ANALYSIS OF THE STATE OF MARKET DEVELOPMENT OF HOTEL SERVICES IN UKRAINE AND EU COUNTRIES

*Мета статті* — вивчення тенденцій розвитку ринку готельних послуг України та країн Європейського Союзу, визначення їх спільних та відмінних рис.

*Методи.* Використано комплекс загальнонаукових методів: аналогії, аналізу, синтезу, логічного узагальнення; статистичний, компаративний методи; метод багатовимірного факторного аналізу. Вихідним фактом дослідження є констатація залежності тенденцій розвитку готельного ринку України від тенденцій розвитку готельного ринку Європи. Спираючись на концепцію концентричних кіл та позиції лідера Європейського готельного ринку в світі, готельний ринок України розвивався в більшій мірі під впливом європейського про, що свідчить, як географічне розташування готелів в Україні так і особливості їх сервісно-технологічної діяльності.

*Результати.* Проведено порівняльний аналіз динаміки розвитку готелів та аналогічних засобів розміщення України та країн Європейського Союзу за показниками: загальної кількості готелів та аналогічних засобів розміщення; співвідношення кількості готелів та аналогічних засобів розміщення у місті та селі, на узбережжі та на материковій частині; кількості ліжко-місць в них; кількість ночівель в готелях та аналогічних місцях розміщення; заповнюваність ліжко-місць; середня тривалість перебування в готелях та аналогічних засобах розміщення; динаміки в'їзного та виїзного туризму.

Констатовано, що каталізатором розвитку готельного ринку виступав туризм. Рівень розвитку готельного господарства був вищим у тих країнах де була більша кількість туристів. При цьому, якщо в Європі домінував в'їзний туризм, то Україні — виїзний. Ринок послуг розміщення, протягом досліджуваного періоду, розвивався динамічно та мав однакові показники приросту. Найбільш активно готелі розвивалися у великих містах, де ставали центрами готельного бізнесу та новаторами розвитку. У той же час було виявлено тенденцію до переміщення готелів на узбережжя. Протягом 2015—2019 років значна кількість закладів розміщення була збудована саме там. Дані інновації були типові і для України. Втрата контролю над Кримським півостровом ак-

тивізувала цікавість інвесторів та відпочивальників до Одеси. Кардинально відмінними були показники України та країн Європейського Союзу в співвідношенні за кількістю закладів та ліжко-місць між містом та селом. Як не дивно, більшість ліжко-місць в країнах Європейського Союзу знаходилося в сільській місцевості. Це добре пояснює причини домінування в країнах ЄС готелів невеликої місткості та, як наслідок, більш вищі показники заповнюваності ліжко-місць в країнах ЄС — 45 %, проти 35 % — Україна.

Доведено, що в даних умовах готельний ринок України намагався адаптуватися та інтегруватися до Європейського. За кількісними показниками Україна та країни Європейського Союзу знаходилися майже на однаковому рівні за виключенням: Німеччини; Франції; Іспанії; Італії. Вони мали більш високі показники розвитку та формували ось впливу: Мадрид-Париж-Берлін. Віддаленість від даної осі, згідно теорії концентричних кіл, визначала активність готельного ринку України та особливості внутрішнього розташування закладів розміщення та їх функціонування.

**Ключові слова:** готель, Україна, ЄС, гостинність, обслуговування, послуги, туризм.

**Постановка проблеми.** Зростання попиту на обслуговування людини в XXI ст., сформувало повноцінну індустрію гостинності, прибутковість якої не поступається таким традиційним напрямом економіки, як важке машинобудування чи металургія. Поширювана та видозмінювана під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, вона вийшла за межі кордонів національних економік, ставши уособленням глобалізації на прикладі транснаціональних компаній в сфері туристичного, ресторанного та готельного господарства. Ключова роль при цьому відводилася саме засобам розміщення. Вони виступали основою індустрії гостинності, оскільки забезпечували проживання туристів, безпосередньо впливаючи на рівень його задоволення. Для багатьох країн світу готельна справа стала основою національних економік та двигуном змін, роль лідера у цьому посів європейський ринок. Близькість України до нього відкриває значні перспективи не лише у розвитку даного напрямку економіки, але й посилює інтеграційні процеси вступу до Європейського Союзу.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.**

Дане питання активно обговорювалося в науковій літературі. Серед загалу робіт варто виокремити дослідження фундаментальної якості І. Посохова. У своїй монографії автор детально проаналізував сучасний стан, структуру і перспективи розвитку європейського ринку готельних послуг [8]. У регіональному розрізі питання розвитку готельного ринку Німеччини вивчала Н. Коцан. Авторка звернула увагу на досвід організації готельного бізнесу в Німеччині, дослідила історичні особливості розвитку та функціонування готелів, виявила фактори, які сприяли розвитку готельних мереж [1]. Рі-

вень та перспективи інтеграції українського готельного ринку до ринку Європейського Союзу вивчали — О. М. Романуха, А. В. Слащєка, Ю. О. Халілова-Чуваєва [4]. Питання моніторингу структури готельних брендів та міжнародних готельних мереж Європи досліджувала О. Щикіна [9]. Зарубіжного досвіду розвитку підприємств готельного господарства торкалася Г. Негода [2]. Питання компаративного аналізу готельного ринку України та його кластеризації досліджував О. Романуха, Г. Скобелева, О. Єлісеєнко [5; 7].

У більшості з наявних досліджень автори проводили компаративний аналіз в рамках двосторонніх порівнянь України з іншою країною ЄС і не розглядали країни ЄС, як об'єднання з власним центром сили в рамках концепції концентричних кіл.

Мета статті полягає у вивченні тенденцій розвитку ринку готельних послуг України та країн Європейського Союзу, визначення їх спільних та відмінних рис.

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

Ключовим елементом розвитку ринку готельних послуг в Україні та країнах Європейського Союзу виступає туризм. Він визначає загальні тенденції розвитку готельної індустрії, оскільки саме остання має забезпечувати мандрівників засобами розміщення. Загальна динаміка розвитку туристичних потоків в країнах Європейського Союзу протягом 2015–2019 років була позитивною. Згідно даних статистичного порталу «Eurostat» кількість туристичних відвідувань в країнах членах ЄС зросла з 1 до 1,13 млрд разів. Найбільш популярними країнами за відвідуваннями стали Німеччина, Франція, Іспанія, середня кількість відвідувань яких становила понад 100 млн. Другу групу лідерів становила Чехія, Данія, Італія,



Нідерланди, Польща, Фінляндія, Швеція. Середня кількість відвідувань в даній групі становила 30–50 млн, інші країни ЄС мали показники 20 млн відвідувань та нижче. При цьому загальна кількість туристичних відвідувань в Україні за статистичними даними відносилася до другої групи країн та зросла протягом 2015–2019 років з 38 млн відвідувань до 43 млн [3, 6] — рис. 1.

Чим далі країна знаходилася від осі Берлін-Париж-Мадрид, тим менша кількість відвідувань реєструвалась там. Україна у даному плані мала віддалене розташування та перебувала між силою тяжіння двох центрів Західного (Берлін-Париж-Мадрид) та Східного (Москва). Проголошення курсу на євроінтеграцію мало успіхи у переорієнтації туристичних потоків на Захід, проте історичні переду-

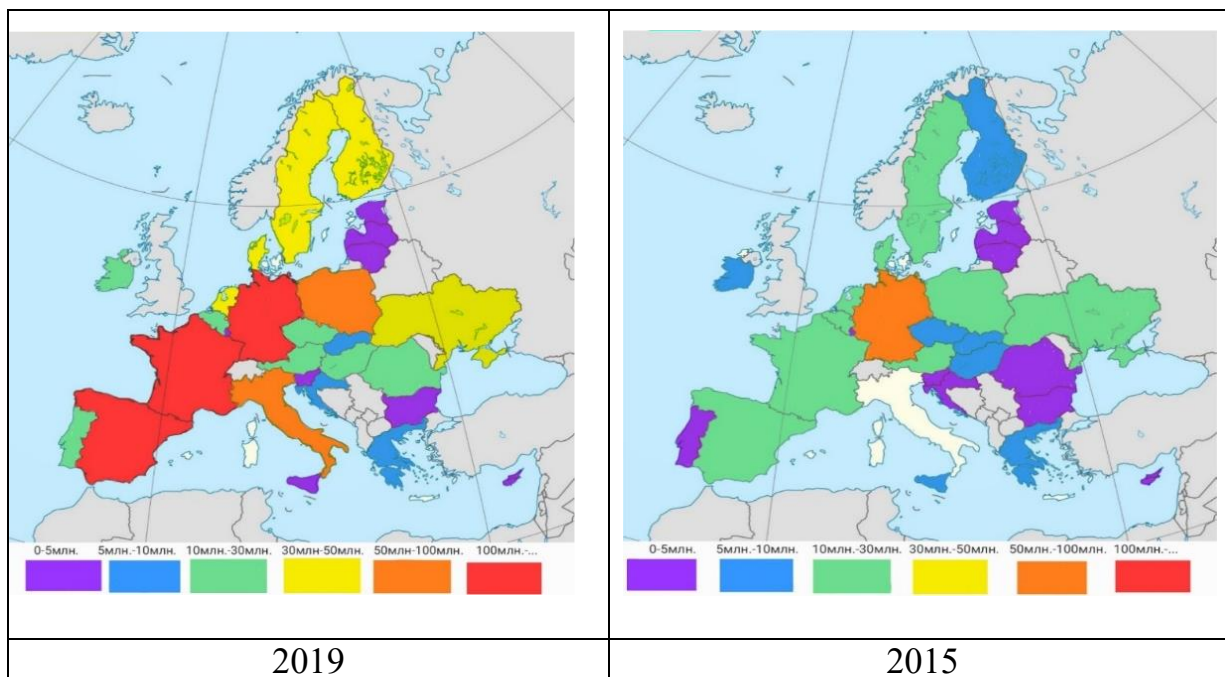


Рис. 1. Загальна динаміка туристичних потоків країн ЄС та України (систематизовано за даними [3, 6])

мови продовжували зберігати значний потік міграцій в Східному напрямку. Характеристика видів туристичної активності засвідчила трансформацію українського ринку з в'їзного на виїзний.

Такий потік туристів до Європи мала забезпечувати значна кількість готелів та аналогічних засобів розміщення. За даними Eurostat на долю країн Європейського Союзу припадало понад півмільйона закладів розміщення різного типу. В 2015 році кількість закладів розміщення становила 501 355 одиниць, 2019 року 617 953 одиниці, 2020 року вже 594 462 одиниці. Лідерами ринку стали Італія, Хорватія, Німеччина, Франція, Греція, Іспанія, Польща. Лише Італія протягом 2015–2019 років показала приріст закладів розміщення з 167 718 до 218 327 закладів. Майже з однаковими показниками були Німеччина та Іспанія. Проте, якщо Німеччина демонструвала мінімальний спад кількості закладів розміщення (2015 рік — 50 572 заклади, 2019

рік — 50 498 закладів), то Іспанія мала високі темпи приросту. 2015 року у ній нараховувалося 48 328 закладів розміщення, а 2019 року їх кількість сягала 52 894 установ. Дана група лідерів сформувалася багато в чому історично, розміри держав, велика кількість туристично-рекреаційних об'єктів сприяли посиленню уваги туристів до них. Країни Європейського Союзу, що знаходилися довкола країн першої групи мали значно менші показники кількості закладів розміщення. Це можна пояснити меншими розмірами держав, та їх певну віддаленість від економічно-туристичних центрів Європи. Польща, Чехія, Португалія, Болгарія, Бельгія, Словенія в середньому мали від 3 до 10 тис. закладів розміщення. Третю групу держав становили невеличкі країни, розташовані на окраїнах ЄС: Латвія, Литва, Естонія, Ірландія, Швеція, Данія, Нідерланди. Положення України відповідало критеріям другої групи (3–10 тис. закладів розміщення), а динаміка їх зростання протягом досліджуваного

періоду була не високою та характеризувалася незначними коливаннями. Причиною цього слід вважати проведення значних міжнародних заходів на кшталт Євробачення — 2017 [3, 6].

Ситуація щодо динаміки розвитку готелів та аналогічних закладів розміщення в країнах ЄС та Україні в цілому підтверджувала загальні тенденції розвитку ринку. Кількість готелів та аналогічних закладів розміщення у Європі протягом 2015–2019 років скоротилася. В той же час в Україні вона зросла на 23 % за 5 років. При цьому лідерами українського ринку готельних послуг виступали області Західної України та Півдня (переважно Одеська область). Вони демонстрували значні темпи приросту готелів в той час, як Східні та Центральні регіони переживали стагнацію чи взагалі мали від’ємну динаміку розвитку. Причина цього — реалізація курсу на Євроінтеграцію та посилення туристичного потоку в напрямку країн ЄС. Отже протягом 2015–2019 років капітали та інвестиції готельної індустрії України перемістилися зі Сходу на Захід [3, 6].

Європейський ринок готельних послуг в свою чергу переживав певну кризу, більшість країн демонстрували скорочення кількості готелів та аналогічних закладів розміщення. Так лідери ринку: Німеччина, Італія, Греція, Іспанія, Франція, протягом 2015–2019 років скоротили кількість даних закладів. Демонструючи зростання закладів розміщення у цілому, в сегменті готелі та аналогічні заклади розміщення вони показали спад. Причини цього: економічна криза та пандемія COVID-19. Так кількість готелів скоротилося в Німеччині з 33 635 одиниць 2015 року до 32 182 одиниць 2019 року; Італії 33 199 — 2015 року до 32 730 — 2019 року; Іспанії 19 718 — 2015 року до 19 683 — 2019 року; Греції 10 111 — 2015 року до 9 892 одиниць 2019 року. Звісно дані скорочення коливалися в межах 1–4 %. Найменший спад відзначався в Іспанії — 1 %, найбільший в Німеччині — 4 %. В той же час збільшення кількості готелів демонстрували: Чехія (4 %); Данія (11 %), Естонія (8 %); Хорватія (16 %); Кіпр (3 %); Латвія (4 %); Литва (18 %); Швеція (7 %); Фінляндія (2 %); Словачія (14 %); Словенія (121 %); Румунія (8 %); Польща (13 %). Як видно темпи приросту значно перевищували темпи спаду, а лідерами приросту стала Словенія, що показала за п’ять років 121 % приросту [3, 6].

З отриманих даних можемо констатувати поступове зростання цікавості мандрівників

до країн Центральної та Східної Європи. Стара Європа демонструючи скорочення кількості готелів переходила на нові види закладів розміщення, в той час, як Центральна та Східна активно розвивали саме сегмент готелів. Сприяло цьому і реформування транспортних шляхів, з метою покращення інфраструктури індустрії гостинності в Європі було запущено програму TACIS, яка мала забезпечити необхідною кількістю готелів та ресторанів основні транспортні коридори регіону [3, 6].

При цьому варто звернути увагу і на певні особливості Європейського ринку послуг розміщення. Порівнюючи дані відносно загальної кількості закладів розміщення, готелів та аналогічних закладів, інших місць розміщення, кемпінгів, автопарків для відпочинку та інше, слід звернути увагу на їх непропорційність. Так готелі та аналогічні заклади розміщення не становили більшість в загальній статистиці Європейського Союзу. Протягом 2015–2019 років частка інших місць розміщення, трималася на високому рівні та зростала з 67 % до 74 %. Вагому частку (понад 50 %) вони становили у 2015 році в таких країнах, як: Бельгія; Естонія; Греція; Іспанія; Хорватія; Італія; Литва; Нідерланди; Польща; Румунія; Словенія. В той же час, готелі домінували в Болгарії; Чехії; Німеччині; Франції; Кіпрі; Мальті; Австрії; Португалії. В 2019 році ситуація змінилася. Загальна частка інших місць розміщення на ринку ЄС зросла до 74 %. Дане збільшення відбулося за рахунок приросту в Болгарії з 32 % до 41 %; Латвії з 51 % до 71 %; Литві з 82 % до 87 %; Австрії з 38 % до 46 %; Португалії з 30 % до 67 %; Словенії з 77 % до 84 % [3, 6].

Цікаво, що зіставивши дані по динаміці розвитку готелів та аналогічних засобів розміщення з даними динаміки інших місць розміщення можна відзначити закономірність. Країни, в яких кількість готелів та аналогічних закладів розміщення зменшувалась протягом досліджуваного періоду, в той же час демонстрували зростання кількості інших закладів розміщення. І навпаки країни де відбувалось зростання кількості готелів показували зменшення кількості інших закладів розміщення.

Аналогічні процеси до країн Центральної Європи відбувалися і в Україні. Протягом 2015–2019 років частка готелів в загальному сегменті ринку зросла з 50 % до 62 %. Найбільш активно готелі розвивалися у великих

містах, де ставали центрами готельного бізнесу та новаторами розвитку. Високі темпи демонстрували міста Одеса, Київ, Запоріжжя, Дніпро, області Західної України. Посилення туристичного потоку з західному напрямку формувало попит на заклади розміщення в напрямку митниць чи вокзалів.

Аналізуючи готельний ринок країн Європейського Союзу варто звернути увагу на розподіл готелів та аналогічних засобів розміщення за кількістю номерів. Як 2015 так і 2019 роках на ринку домінували готелі з кількістю кімнат 25 та менше. Їх частка склала 60 %. Заклади з кількістю номерів 26–99 становили 33 % ринку. Готелі місткістю 99–100 номерів отримали 5 % ринку, а 250 та більше — 2 %. На українському ринку також домінували готелі невеликої місткості. За підрахунками більшість готелів в Україні мали 25 номерів та менше — 65 %. Частка середніх готелів 25–99 номерів становить 34 %. Великі готелі, що мали кількість номерів 250 та більше в Україні не перевищували 1 % [3, 6].

Звертаючи увагу на кількість ліжко-місць слід відзначити лідерів ринку. Так Німеччина (приріст 7 %), Греція (приріст 6 %), Іспанія (приріст 3 %), Італія (приріст 6 %), Нідерланди (приріст 2 %) продовжували тримати першість у даному напрямку. Не дивлячись на це найбільші темпи приросту при цьому продемонстрували країни Центральної Європи. Так Словенія — 70 %, Латвія — 33 %, Литва — 47 %, Хорватія — 23 %. Готелі мали 43 % з загальної частки ліжко-місць країн ЄС. Найбільша частка ліжко-місць у готелів була в таких країнах як Мальта, Кіпр, Греція, Болгарія, Ірландія (60 та більше відсотків). Найменша — Нідерланди, Хорватія, Данія, Франція (20 та менше відсотків) [3, 6].

Поряд з цим 2019 рік показав зміни, що супроводжувались зменшенням кількості ліжко-місць у попередніх місцях та їх зростанням на узбережжі морів та океанів. Німеччина, Іспанія, Франція, Румунія, Болгарія, країни Прибалтики збільшили кількість ліжко-місць в прибережних регіонах 2019 року, тенденції розподілу ліжко місць в Україні були аналогічні європейським. Період 2015–2019 років продемонстрував зростання кількості ліжко-місць в рекреаційних місцях України, особливо активно на морському узбережжі. Так Одеська область збільшила свою частку за кількістю місць розміщення з 9 % до 14 %.

Дані показники зростання були найвищими в країні. Незначні темпи зростання були притаманні Миколаївській та Херсонській областям з 3 % до 6 % місць розміщення [3, 6].

Відмінним був і розподіл ліжко-місць між містом та селом, більшість ліжко-місць в країнах Європейського Союзу знаходилася в сільській місцевості. 2015 року 72 % ліжко-місць перебували саме там. Виключення склали Мальта, Португалія і Румунія де більше половині усіх ліжко-місць знаходилися в містах, 2019 року до згаданого переліку додалася Іспанія. Проте порівняння темпів приросту засвідчило тенденцію до скорочення темпів зростання ліжко-міст у селах та збільшення їх приросту у містах, єдиними державами, де збереглася позитивна динаміка зростання лишилися Болгарія та Румунія.

Важливим критерієм оцінки динаміки розвитку ринку готельних послуг є рівень заповнюваності ліжко-місць. Загальна динаміка розвитку була позитивною. Готелі та аналогічні засоби розміщення збільшували відсоток заповнюваності ліжко-місць з 45 % до 50 %. Лідерами по рівню заповнюваності ліжко місць в країнах Європейського Союзу стали: Чехія — 36 % у 2015 році — 51 % у 2019 році; Данія — 47 та 48 % відповідно; Іспанія — 58–61 %; Франція — 47–50 %; Хорватія — 53–60 %; Італія — 42–49 %; Кіпр — 65–71 %; Мальта — 64–66 %; Нідерланди — 45–50 %; Португалія — 44–51 %. Тенденції розвитку ринку даного сегменту на території України мали менш позитивні оцінки. Заповнюваність ліжко-місць в цілому коливалася на рівні 35 %. Якщо Польща, Латвія, Литва, Естонія, Румунія на 2015 рік мали приблизно однакові показники заповнюваності з Україною то на 2019 рік вони вирвалися уперед в середньому на 5–6 %. Економічні негаразди, військовий конфлікт на Сході України несприятливо позначалися на загальній динаміці розвитку та призводили до зменшення потоку відвідувачів в Україну [3, 6].

Подібна до європейської була і динаміка тривалості перебування клієнтів в готелях та подібних закладах розміщення в Україні. В цілому динаміка тривалості перебування в країнах Європейського Союзу протягом 2015–2019 років зросла з 2,88 днів до 2,9, у той же час Україна демонструвала показники — 2,13–2,71 днів, що засвідчувало вищу інтенсивність зростання. Середня тривалість пере-

бування в готелях спала у 2016–2017 роках, але потім змінилися зростанням. Причина даного явища — проведення в Україні пісенного конкурсу «Євробачення-2017» [3, 6].

**Висновки.** Отже, каталізатором розвитку готельного ринку виступав туризм, як в Європі так і в Україні. Рівень розвитку готельного господарства був вищим у тих країнах де була більша кількість туристів. Стосовно характеру туристичних потоків, варто відзначити домінування в Україні виїзного туризму, в той час, як у країнах Європейського Союзу переважав в'їзний туризм. Сам ринок послуг розміщення, як в країнах Європейського Союзу так і в Україні, розвивався протягом досліджуваного періоду доволі динамічно та мав однаковий показник приросту. При цьому, ринок готельних послуг Європи у той же час показав скорочення кількості закладів, готельний ринок України мав приріст у 23 %. Специфіка ринку розміщення країн ЄС полягала у домінуванні інших закладів розміщення ніж готелі, в Україні навпаки. Частка готелів в Європі протягом 2015–2019 років скоротилася з 33 до 26 % у той же час в Україні вона зросла з 50 % до 62 %. Обидва об'єкти аналізу робили ставку на розвиток готелів невеликої місткості. В країнах ЄС готелі кількістю 25 номерів становили 60 % ринку. В Україні дані показники дорівнювали — 65 %. При цьому незважаючи на те, що готелі в Європі у середньому займали 30 % ринку їм належало 43 % ліжко-місць, аналогічна ситуація простежувалась і на українському ринку.

При цьому загальна динаміка збільшення кількості ліжко місць протягом 2015–2019 років була в двічі вищою саме в готелях, що знаходилися на узбережжі. Якщо протягом 2015–2019 років кількість місць в готелях на материковій частині зросла на 4 % то на узбережжі на 8 %. Кардинально відмінними були показники України та країн Європейського Союзу в співвідношенні за кількістю між містом та селом. Торкаючись рівня заповнюваності ліжко-місць в ЄС слід відзначити її позитивний характер, протягом 2015–2019 років готелі та аналогічні засоби розміщення збільшили відсоток заповнюваності ліжко-місць з 45 % до 50 %. Тенденції розвитку ринку даного сегменту на території України коливалося на рівні 35 %.

Приймаючи до уваги викладений матеріал можемо вести мову про поступову інтеграцію українського готельного ринку до європей-

ського. За кількісними показниками Україна та країни Європейського Союзу знаходяться майже на однаковому рівні, виключення становлять країни Західної Європи: Німеччина; Франція; Іспанія; Італія. Вони формували центр готельного кластеру Європи та визначали динаміку й особливості його розвитку. Виходячи з цього можна вести мову, що динаміка розвитку готельного ринку Європи прямо пропорційна віддаленості країн від осі Мадрид-Париж-Берлін. Більшість міжнародних готельних мереж відносилися до цих країн, вони мали найбільшу кількість туристів та фінансові можливості для експериментів. Зважаючи на це інтеграція готельного ринку України до Європи сприятиме позитивному його зростанню, підвищенню сервісу та стандартів обслуговування.

### Список літератури

1. Коцан Н. Досвід організації готельного бізнесу в Німеччині. *Науковий вісник Східно-європейського національного університету імені Лесі Українки. Розділ III. Рекреаційна географія та географія туризму*. 2018. №3. С. 82–87.
2. Негода Г. А. Аналіз зарубіжного досвіду розвитку підприємств готельного господарства. *Економічний часопис XXI*. 2012. №9–10. С. 64–66.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 25.10.2022)
4. Романуха О. М., Слащека А. В., Халілова-Чуваєва Ю. О. Інтеграції готельно-ресторанної галузі України до європейського простору. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. № 1. С. 127–131.
5. Романуха О. М., Ніколайчук О. А., Приймак Н. С., Горіна Г. О., Халілова-Чуваєва Ю. О. Організація безпеки діяльності готелю, як фактор підвищення його конкурентоспроможності. *Торгівля і ринок України*. 2021. № 2(50). С. 84–92.
6. Сайт eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/en> (дата звернення: 25.10.2022).
7. Скобелева Г. С., Єлісеєнко О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства України. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2015. № 4 (32). С. 45–48.
8. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та націо-

нальний досвід : колективна монографія / за заг. ред. А. Ю. Парфіненка. Харків. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 412 с.

9. Шикіна О.В. Динаміка розвитку міжнародної готельної індустрії на прикладі готельних мереж. URL : <https://core.ac.uk/download/pdf/199587093.pdf> (дата звернення: 17.10.2022).

### References

1. Koczan, N. (2018). *Dosvid organizaciyi hotelnogo biznesu v Nimechchyni* [Experience of hotel business organization in Germany]. *Naukovyj visnyk Shidnoyevropejskogo nacionalnogo universytetu imeni Lesi Ukrayinky. Rozdil III. Rekreacijna geografiya ta geografiya turizmu* [Scientific Bulletin of Lesya Ukrainka East European National University. Chapter III. Recreational geography and geography of tourism], no. 3, pp. 82–87.

2. Nehoda, H. A. (2012). *Analiz zarubizhnogo dosvidu rozvytku pidpryemstv hotelnogo gospodarstva* [Analysis of foreign experience in the development of hotel enterprises]. *Ekonomichnyj chasopys XXI* [Economic journal XXI], no. 9–10. pp. 64–66.

3. *Oficijnyj sayt Derzhzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrainy* [Official website of the State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua>. (Accessed on 25 October 2022).

4. Romanukha, O. M., Slashheka, A. V., Khalilova-Chuvayeva, Yu. O. (2021). *Integraciyi gotelno-restorannoyi galuzi Ukrainy do yevropejskogo prostoru* [Integration of the hotel and restaurant industry of Ukraine into the European space]. *Visnyk Khmelnyckoho nacionalnoho*

*universytetu. Ekonomichni nauky* [Bulletin of the Khmelnytskyi National University. Economic sciences], no. 1. pp. 127–131.

5. Romanukha, O. M., Nikolajchuk, O. A., Pryjmak, N. S., Gorina, G. O., Khalilova-Chuvayeva, Yu. O. (2021). *Organizaciya bezpeky diyalnosti gotelyu, yak faktor pidvyhhennya jogo konkurentospromozhnosti* [Organization of hotel security as a factor in increasing its competitiveness]. *Torhivlya i rynek Ukrainy* [Trade and market of Ukraine], no. 2(50). pp. 84–92.

6. *Sait eurostat* [Eurostat website]. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua>. (Accessed on 25 October 2022).

7. Skobyelyeva, G. S., Yelisyeyenko, O. V. (2015). *Suchasnyj stan ta perspektyvy rozvytku gotelnogo gospodarstva Ukrainy* [The current state and prospects for the development of the hotel industry in Ukraine]. *Visnyk Berdyanskogo universytetu menedzhmentu i biznesu* [Bulletin of the Berdyan University of Management and Business], no. 4 (32). pp. 45–48.

8. *Suchasni tendenciyi rozvytku gotelno-restorannogo biznesu: mizhnarodnyj ta nacionalnyj dosvid* [Modern trends in the development of the hotel and restaurant business: international and national experience]. Kharkiv, KhNU imeni V. N. Karazina Publ, 412 p.

9. Shykina, O. V. *Dynamika rozvytku mizhnarodnoyi gotelnoyi industriyi na prykladi gotelnyh merezh* [The dynamics of the development of the international hotel industry on the example of hotel chains]. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/199587093.pdf>. (Accessed on 30 October 2022).

**Objective.** *The objective of the present article is to study the trends in the development of the market of hotel services in Ukraine and the countries of the European Union, to determine their common and distinctive features.*

**Methods.** *A complex of general scientific methods is used: analogy, analysis, synthesis, logical generalization; statistical, comparative methods; multidimensional factor analysis. The initial fact of the study is the determination of the dependence of the development trends of the hotel market of Ukraine on the trends of the development of the European hotel market due to the geographical, economic and cultural-historical proximity of the regions. Based on the concept of concentric circles and the leading position of the European hotel market in the world, the hotel market of Ukraine developed to a greater extent under the weakened influence of the European, which is evidenced by both the geographical location of hotels and similar means of accommodation in Ukraine and service and technological innovations.*

**Results.** *A comparative analysis of the dynamics of the development of hotels and similar means of accommodation in Ukraine and the countries of the European Union was carried out according to the following indicators: the total number of hotels and similar means of accommodation; the ratio of the number of hotels and similar means of accommodation in the city and the countryside, on the coast and on the mainland; the number of beds in them; the number of overnight stays in hotels and similar places of accommodation; occupancy of beds; average length of stay in hotels and similar means of accommodation; dynamics of inbound and outbound tourism.*

*It was established that tourism acted as a catalyst for the development of the hotel market, both in Europe and in Ukraine. The level of development of the hotel industry was higher in those countries where there was a larger number of tourists. At the same time, if inbound tourism dominated in Europe, then in Ukraine, on the contrary, outbound tourism prevailed. The accommodation services market, during the studied period, developed dynamically and had the same growth rates. Hotels developed most actively in large cities, which became centers of the hotel business and pioneers of development. At the same time, there was a tendency to move hotels to the coast. During 2015–2019, a significant number of accommodation facilities were built there. These innovations were also typical for Ukraine. The loss of control over the Crimean peninsula intensified the interest of investors and vacationers in Odesa. This contributed to its rise to the first places in the state in terms of the rate of development of the hotel business. The indicators of Ukraine and the countries of the European Union were radically different in the ratio of the number of institutions and beds between the city and the village. Surprisingly, the majority of bed places in the countries of the European Union were located in rural areas. This explains well the reasons for the dominance of small-capacity hotels in the countries of the European Union and, as a result, higher bed occupancy rates in the EU countries — 45 %, against 35 % — Ukraine.*

*It is proven that under these conditions, the hotel market of Ukraine tried to adapt and integrate into the European one. According to quantitative indicators, Ukraine and the countries of the European Union were almost at the same level, with the exception of: Germany; France; Spain; of Italy They had higher development indicators and formed the axis of influence: Madrid-Paris-Berlin. The distance from this axis, according to the theory of concentric circles, determined the activity of the Ukrainian hotel market and the peculiarities of the internal location of accommodation establishments and their functioning.*

**Key words:** hotel, Ukraine, EU, hospitality, service, services, tourism.

*Надійшла до редакції 17.11.2022*

DOI : 10.33274/2079-4762-2022-52-2-135-143

JEL : L83, G24, F52

УДК 339.5:338.43

**Федотова Т. А.,**  
канд. екон. наук,  
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського,  
м. Кривий Ріг, Україна,  
e-mail: fedotova@donnuet.edu.ua

**Лижник Ю. Б.,**  
старший викладач

e-mail: lyzhnyk\_ub@donnuet.edu.ua

**Питомець М. О.,**  
магістрант

e-mail: pitomets@donnuet.edu.ua

### СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У СВІТОВІЙ ТОРГІВЛІ ПРОДОВОЛЬСТВОМ

UDC 339.5:338.43

**Fedotova T. A.,**  
PhD in Economic Sciences,  
Associate Professor

Mykhailo Tuhun-Baranovskyi Donetsk  
National University of Economics and Trade,  
Krivyi Rih, Ukraine,  
e-mail: fedotova@donnuet.edu.ua

**Lyzhnyk Yu. B.,**  
Senior Lecturer

e-mail: lyzhnyk\_ub@donnuet.edu.ua

**Pitomets M. O.,**  
Master

e-mail: pitomets@donnuet.edu.ua

### CURRENT TRENDS IN GLOBAL FOOD TRADE

***Мета.** Теоретичне та практичне дослідження факторів та напрямків впливу на формування сучасних тенденцій у світовій торгівлі продовольством та напрями подолання продовольчої кризи. Зокрема, дослідження проблематики продовольчої безпеки та напрямів подолання продовольчої кризи в Україні.*

***Методи.** Задля досягнення поставленої мети було використано методи: описовий, аналітичний, аналіз і синтез, узагальнення та систематизація, індукція та дедуція, статистичний, табличний.*

***Результати.** В результаті проведеного дослідження було встановлено, що продовольство є першочерговим стратегічним товаром, пріоритетним напрямком розвитку світової економіки та міжнародної політики. Також, що за сучасних обставин проблематика світового забезпечення продовольчої безпеки в сучасному світі загострюється, головними причинами чого нестійкість кон'юнктури світового агропродовольчого ринку та кризи сільськогосподарського виробництва.*

*Визначено, що теперішньому етапі розвитку економічної думки не існує єдиного підходу та методів розвитку світової торгівлі продовольством в процесів забезпечення продовольчої безпеки. Існує велика кількість фондів та організацій, які допомагають розвиватися світовій торгівлі продовольством, завдяки чому з деякою успішністю стабілізують стан світової продовольчої безпеки, надаючи рекомендації та методи подолання продовольчої кризи, найсуттєвіший вклад внесла «Продовольча та сільськогосподарська організація Об'єднаних Націй (ФАО)».*

*Визначено перелік країн, що є найбільш впливовими та вагомими світовими експортерами продовольства. За результатами аналізу статистичних даних встановлено, що Україна також виступала до події лютого 2022 року впливовим учасником міжнародного продовольчого ринку, але через ці події втратила обсяги з певних позицій продовольства. В цілому на міжнародному продовольчому ринку виявлена тенденція росту обсягів виробництва продовольства та стабільне зростання цін, що останній час має стрімкий характер. Встановлено, що в 2022 році мало місце найвище зростання цін в усьому світі за останні 40 років та простежується тенденція рецесії продовольчої безпеки в світі.*

*Ключові слова:* світова торгівля, продовольча безпека, агропромисловий комплекс, зерно, аграрний сектор, продовольство, експорт.

**Постановка проблеми.** За теперішньої проблематики розвитку світових економік та за умов жорсткої, здебільшого, спекулятивної конкуренції, постійних політичних конфліктів, природних катаклізмів та поступової глобалізації ринків, найважливіше місце посідають питання продовольчого забезпечення, продовольчої безпеки та світової торгівлі продовольством в цілому, задля уникнення продовольчої кризи бідного шару населення в бідних країнах. Головною причиною сучасного успіху країни, є ефективність її на міжнародному ринку та її місце в світовій продовольчій торгівлі, це головний та дієвий шлях стабілізації стану продовольчої безпеки країни за сучасних умов. Винайдення і знаходження нових підходів та методів до торгівлі продовольством на міжнародному рівні, створення та введення нових принципів продовольчої безпеки та регулювання внутрішніх елементів, що впливають на стан міжнародної торгівлі продовольством, що стимулюють створення і впровадження інноваційних рішень подолання продовольчих криз та стабілізації стану продовольчої безпеки.

Наразі відбувається світове переоцінювання пріоритетних для подальшого розвитку, цінностей, серед яких із найголовніших постає повернення до первинних продовольчих потреб, через світову кризу, яка настала за умов політичних конфліктів, спекулятивної конкуренції та глобалізації ринків на міжнародному рівні. Країни намагаються покращити стан власної продовольчої безпеки через покращення свого місця серед продовольчої торгівлі на світовому ринку, зумовлено це світовою рецесією загального характеру та окремо продовольчого характеру, характеризується це, як своєрідний шлях деградації, відмова від технологічного та інноваційного підходу для задоволення первинних потреб в харчуванні. За сучасного світового стану, володіння значними об'ємами продовольства, загальною кількістю виробництва та станом агросектору разом зі станом агропромислового комплексу, визначають готовність країни до світової кризи та продовольчої рецесії.

Місце в міжнародній продовольчій торгівлі та стан продовольчої безпеки країни, все більше стає фундаментальною основою,

яка визначає економічне становище та майбутні перспективи країни. Стан міжнародної продовольчої торгівлі та продовольчої безпеки становить частку продовольчої системи та міжнародних продовольчих стосунків. Визначальну роль в стабільному розвитку країни, відіграє продовольча безпека національної економіки в масштабі світовій продовольчій торгівлі, за врахуванням та визначенням особливостей продовольчої торгівлі є головною умовою забезпечення ефективності економічної стратегії держави.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Згідно закону України про продовольчу безпеку України, продовольство розглядається харчові продукти необхідні для забезпечення життєдіяльності організму людини та її розвитку, виходячи із цього в Україні визначають продовольчу безпеку, як соціально-економічний та екологічний стан в державі при якому всі її громадяни стабільно та гарантовано забезпечені продовольством в необхідній кількості, асортименті та відповідної якості [1].

Головними проблемами продовольчої безпеки та продовольчої кризи займалися і займаються видатні вчені та світові організації. Серед найвідоміших представників зайнятих проблемами продовольчої безпеки та продовольчої кризи можна відзначити такі світові організації «Food and Agriculture Organization of the United Nations», «World Health Organization», «Peace Corps», «USDA», «USAID», «Caritas AUSTRALIA», кожна серед них володіє великою кількістю висококваліфікованих спеціалістів, кожний серед яких є признаним вченим в тематичних кругах. Серед сучасних вітчизняних вчених можна виділити Б. М. Маркова, В. В. Апопія, І. П. Міщук, В. М. Ребицького, С. І. Рудницького, Ю. М. Хом'яка, О. Л. Золотарьова, А. М. Прошаликіна, Т. С. Петренко і пр.

У структурі світової торгівлі наприкінці XX століття склалася тенденція зниження частки сільськогосподарської сировини та продовольства, що викликано зростанням власного виробництва готових продовольчих товарів у багатьох країнах світу, у тому числі — у країнах, що розвиваються. Зазначена тенденція, як зазначають аналітики СОТ, результат різкого зниження світових цін на сіль-



ськогосподарську сировину, імпортозаміщення, зниження платоспроможності населення слаборозвинених країн, що призвело до зниження як імпорту, так і експорту [2].

**Мета статті** — теоретичне та практичне дослідження факторів та напрямів впливу на формування сучасних тенденцій у світовій торгівлі продовольством та напрями подолання продовольчої кризи, зокрема дослідження проблематики продовольчої безпеки та напрямів подолання продовольчої кризи в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Посилення процесів глобалізації та інтернаціоналізації господарської діяльності створює передумови для формування загальносвітової агропродовольчої системи, якій приділяється особливе місце в рамках суспільного виробництва. Світова агропродовольча система включає сфери: промис-

ловості, яка виробляє засоби виробництва; сільського господарства, що виробляє сировину для продовольства; переробки та реалізації сільськогосподарської сировини та продовольства. Тому міжнародна торгівля продовольством — один із основних елементів агропродовольчої системи світу [3, 4].

Основними факторами для сприяння продовольчій торгівлі є: економічне зростання регіону, обсяг попиту, взаємодія пропозиції та попиту, органи загальнодержавного та регіонального управління та фактор непрямого впливу. Також визначені такі фактори впливу на забезпечення товаропросування продовольчих товарів: цінова політика, ринкова кон'юнктура, інфраструктура ринку, попит і пропозиція продовольчих товарів, інституційне забезпечення, бюджетні обмеження споживачів і фактори циклічного та економічного зростання (табл. 1).

Таблиця 1

**Фактори, які впливають на розвиток торгівлі продовольчими товарами (складено за даними [5, 6])**

Фактор	Характер впливу	Наслідки
Темпи становлення інфраструктурної складової ринків багатьох товарів та послуг, а також формування їх раціональної структури	Негативний вплив	Повільні темпи становлення інфраструктури продовольчих ринків обмежують доступ споживачів до продуктів харчування
Невисока еластичність попиту	Позитивний вплив	Стабільність обсягів збуту продукції кінцевим споживачем
Конкурентна ситуація на ринках окремих видів продовольчих товарів	Позитивний вплив	В умовах чистої конкуренції або олігополії, ціни встановлюються на основі співвідношення попиту та пропозиції
Ринкові та споживчі характеристики об'єктів ринку продовольства	Позитивний вплив	Високий рівень стандартизації товарних партій
Канали розподілу продукції	Позитивний вплив	Канали є сформованими і довшими за ті, що існують на інших ринках
Взаємовплив ринків продовольства та суміжних товарних ринків	Позитивний вплив	Забезпечення доступу споживачів до продовольчих товарів
Інвестиційна привабливість продовольчих ринків	Позитивний вплив	Продовольчі ринки є інвестиційно-привабливими, тому що попит на продовольчі товари є нееластичним

Близько однієї третини світового експорту та імпорту продовольства припадає на країни Азії, Африки та Латинської Америки. Найбільш активним та перспективним учасником із цієї групи країн є Китай.

Факторами, що перешкоджають підвищенню активності країн на світових продовольчих ринках, є: низька ефективність продовольчої системи, висока залежність від імпорту продовольства, іноземних інвестицій;

протекціонізм щодо вітчизняних виробників продовольства; недосконалість ринкового механізму та системи державного регулювання економіки. Тим не менш, міжнародна торгівля продовольством — важливий напрямок глобалізації національних продовольчих систем [7].

Регулювання світового продовольчого ринку здійснюють міжнародні організації, зокрема, продовольча та сільськогосподар-

ська організація ООН (ФАО), СОТ. Основна мета — забезпечення світової продовольчої безпеки, зниження рівня протекціонізму. При цьому інтереси національних економік та міжнародних організацій не завжди збігаються.

Продовольча та сільськогосподарська організація Об'єднаних Націй (ФАО) (Food and Agriculture Organization, FAO) — організація ООН, основним завданням якої є боротьба з голодом. ФАО виступає як форум, де розвинені країни, що розвиваються, на рівних обговорюють і погоджують політичні рішення у сфері продовольчої безпеки [8].

Крім того, ФАО служить джерелом інформації та надає допомогу країнам, що розвиваються, у покращенні практик сільського господарства, лісівництва та рибництва, прагне забезпечити здорове харчування та продовольчу безпеку для всіх. Станом на серпень 2018 року у ФАО налічується 197 держав-членів [9].

Одним із вагомих представників на світовому ринку сільськогосподарської продукції є Україна. Аграрний сектор України сьогодні формує близько 14 % ВВП країни, представляє надійну опору української економіки, та є одним з основних експортоорієнтованих та бюджето-наповнюваних секторів національної економіки. Приблизно 24 % українського експорту становлять продукти агропромислового експорту України, Україна експортує свою продукцію в більш ніж 190 країн світу та посідає провідні позиції на світовому ринку, зокрема, з експорту зернових і олійних культур [10].

Основним ринком збуту української сільськогосподарської продукції залишається ринок Азії, де основними країнами-партнерами є Туреччина, Індія, Іран. На другому місці країни ЄС, головними партнерами є Нідерланди, Іспанія та Італія. Головними партнерами з Африки є Туніс, Єгипет та Лівія. Щодо географічної структури імпорту, то лідерами тут залишаються країни ЄС, на них припадає близько 45 % імпорту, головними імпортерами з Європи є Польща, Німеччина і Франція. Азійська частка імпорту складає 24 %, 16 % імпорту йде з Америки, натомість поступово зменшується частка імпорту з країн СНД. Майже 8 % продукції агропромислового комплексу завозиться з Туреччини, зазвичай: насіння соняшнику, цитрусові та помідори; з Польщі яблука і м'ясо птиці; з Німеччини на-

сіння, плоди для сівби, чай, кава; США тютюнова сировина, насіння соняшнику, морожена риба; Франції насіння кукурудзи, соняшнику та корма для тварин [11].

Станом на кінець 2022 року агропромисловий комплекс України приніс країні приблизно 47 % валютної виручки, демонструючи стабільність протягом останніх трьох років. Основними експортними сільськогосподарськими культурами України є зернові та кормові культури, включаючи пшеницю, соняшник, кукурудзу, ячмінь, бобові, м'ясо, субпродукти, тютюн, цукровий буряк, фрукти та овочі, їх сукупна частка в аграрному експорті становить близько 88 % [12].

Україна у 2021/2022 маркетинговому році (липень — червень) експортувала 61,52 мільйона тонн зернових та олійних культур вартістю 22,2 мільярда доларів (дані від заступника міністра економіки України). Експорт кукурудзи склав 23,5 мільйона тонн вартістю 5,8 мільярда доларів, соняшnikової олії — 4,3 мільйона тонн на 5,8 мільярда доларів, пшениці — 18,7 мільйона тонн на 4,8 мільярда доларів. Таким чином, порівняно з липнем 2020 — червнем 2021 року, експорт зріс на 26 відсотків — за даними Української зернової асоціації у попередньому маркетинговому році Україна експортувала 48,8 мільйона тонн зернових і олійних [13].

Натомість, спираючись на данні Держмитслужби, можна побачити, що експорт зернових та зернобобових на період 2022 року в порівнянні з 2021 роком впав на 7527 тис. тонн (–31,7 %), експорт пшениці за той самий період (2022/2021) зменшився на 7735 тис. тонн (–55,2 %); експорт ячменю зменшився на 6536 тис. тонн (–83 %); експорт жита зменшився на 65,2 тис. тонн (–85,2 %); експорт пшеничного борошна зменшився на 3,3 тис. тонн (6,8 %). Натомість значно виріс експорт кукурудзи на 3963 тис. тонн, ріст на 86,3 % та борошна із інших зернових на 2,4 тис. тонн ріст на 400 %. Загальне зниження експорту зернових культур склало 7529 тис. тонн (–31,6 %), дивіться табл. 2.

Заданими Державної митної служби України, експорт агропродовольчої продукції у січні–серпні 2022 року склав 13557 млн дол. США. Це на 1579 млн дол. США — тобто на 10 % — менше відповідного показника за 8 місяців 2021 року. Країни СНД за 8 місяців 2022 року імпортували українського продовольства на

Експорт з України зернових, зернобобових (з продуктами їх переробки) та борошна 2022/2023 МР,  
тис. тонн станом на 21.11.2022 (складено за даними [14])

Продукт	2022/2023 МР, тис. тонн		2021/2022 МР, тис. тонн		Відношення кількості зернових експорту (2022/2021)	
	Всього	в тому числі: у листопаді 2022	Всього	в тому числі: у листопаді 2021	Абс. відношення	% відношення
Зернові та зернобобові, всього	16239	3036	23766	4321	-7527	-31,7
пшениця	6280	1282	14015	1662	-7735	-55,2
ячмінь	1337	231	7873	356	-6536	-83,0
жито	11,3	5	76,5	21	-65,2	-85,2
кукурудза	8553	1502	4590	2265	3963	86,3
Борошно пшеничне, тис. тонн	45,3	9,9	48,6	5,4	-3,3	-6,8
Борошно інше, тис. тонн	3	0,3	0,6	0,1	2,4	400,0
Борошно разом, тис. тонн у перерахунку на зерно, тис. тонн	48,3	10,2	49,2	5,5	-0,9	-1,8
Експорт разом (зерно + борошно)	16303	3050	23832	4329	-7529	-31,6

534 млн дол. США, що склало 4 % від загального експорту аграрної продукції.

За 8 місяців 2022 року змінився перелік головних країн-покупців агропродовольчої продукції з України, який очолили наші європейські сусіди. Польща придбала її на суму 1574 млн дол. США, Румунія — на 1309 млн дол. США, значну виручку українські експортери отримали також з Туреччини — (1252 млн дол. США), Китаю (1109 млн дол. США), Нідерландів (844 млн дол. США), Іспанії (558 млн дол. США), Болгарії (527 млн дол. США), Єгипту (466 млн дол. США), Індії (448 млн дол. США), а також Угорщини (441 млн дол. США). Обсяги експорту до країн Африки склали 1117 млн дол. США — 8 % від загального експорту аграрної продукції [12].

За час дії зони вільної торгівлі Україні з 2017 року вдалося отримати додаткові преференційні квоти на пшеницю, кукурудзу, овес, мед, оброблені томати, виноградний сік, ячмінну крупу та ячмінь. Спираючись на дані табл. 3, можна побачити, що Україна, попри загальне зменшення експорту агропродукції

до ЄС (-5.478 млрд євро або -17,7 %) займає 4 місце серед експортерів до ЄС протягом 3 років, експортуючи агропродукції в середньому на 5 млрд євро в рік.

Окремі країни по-різному беруть участь у міжнародній торгівлі продовольством. Провідні позиції займають розвинені країни, економіка яких більшою мірою орієнтована на зовнішні чинники (США, Франція, Нідерланди, Німеччина та інші), зазвичай завдяки перепродажі продовольства чи закупки дешевої сировини у бідних країн з подальшою її переробкою на власних виробництвах. До цієї групи країн припадає понад 70 % світової торгівлі продовольчими товарами. Розвинені країни беруть активну участь як в експорті, так і в імпорті продовольства, протягом років їх експортна доля зменшується, натомість імпортна росте.

Країнами з найрозвиненішим агропромисловим комплексом вважаються: Китай, Індія, США, Бразилія, Російська Федерація, Індонезія, Туреччина, Німеччина та Франція, перелічені країни також займають лідерські місця серед країн-експортерів продовольства. Натомість головними країнами лідера-

Таблиця 3

## Головні експортери агропродукції в ЄС, за період з 2019 року по 2021 рік (складено за даними [15])

Країни, в послідовності зменшення експорту до ЄС.	Частка в експорті, %	Експорт в ЄС за, млрд. євро			Відношення кількості експорту агропродукції до ЄС (2021/2019)	
		2019	2020	2021	Абс. від.	% від.
Бразилія	9,3/100	10 760	11 362	10 423	-337	-3,1
Велика Британія	12,9/100	16 738	15 653	8 179	-8559	-51,1
США	7,9/100	10 206	9 587	6 475	-3731	-36,6
Україна	4,8/100	7 023	5 873	4 465	-2558	-36,4
Китай	4,2/100	5 348	5 128	4 264	-1084	-20,3
Індонезія	3,6/100	3 897	4 334	3 949	52	1,3
Аргентина	3,6/100	4 356	4 378	3 756	-600	-13,8
Туреччина	3,8/100	4 196	4 652	3 567	-629	-15,0
Швейцарія	3,8/100	4 599	4 596	3 251	-1348	-29,3
Кот-д'Івуар	2,7/100	3 266	3 302	2 650	-616	-18,9
Індія	1,9/100	2 610	2 364	2 217	-393	-15,1
Марокко	2/100	2 304	2 471	1 961	-343	-14,9
Малайзія	1,8/100	1 783	2 249	1 914	131	7,3
Перу	2/100	2 251	2 425	1 882	-369	-16,4
ПАР	1,8/100	2 002	2 189	1 803	-199	-9,9
Канада	2,6/100	2 053	3 131	1 792	-261	-12,7
Колумбія	1,7/100	1 934	2 039	1 621	-313	-16,2
В'єтнам	1,8/100	2 134	2 168	1 611	-523	-24,5
Австралія	1/100	1 388	1 155	1 514	126	9,1
Чилі	1,6/100	1 928	1 985	1 499	-429	-22,3
Інші країни	25,1/100	30 896	30 563	25 418	-5478	-17,7

ми імпортерами продовольства є бідні країни зі слабким агросектором наприклад: Нігер, ЦАР, Південний Судан та інші; або розвинуті країни, яким витратне власне виробництво сировини, натомість вони займаються переробкою та продажем готової продукції прикладом є більшість країн ЄС, Норвегія, Великобританія, Республіка Корея та інші подібні країни[16].

**Висновки.** У результаті проведеного дослідження було встановлено, що продовольство є першочерговим стратегічним товаром, пріоритетним напрямом розвитку світової економіки та міжнародної політики. Також, що за сучасних обставин проблематика світового забезпечення продовольчої безпеки в сучасному світі загострюється, головними причинами чого є нестійкість кон'юнктури світового агропродовольчого ринку та кризи сільськогосподарського виробництва.

Визначено, що на теперішньому етапу розвитку економічної думки не існує єдиного підходу щодо методів розвитку світової торгівлі продовольством та процесів забезпечення продовольчої безпеки. Існує велика кількість

фондів та організацій, які допомагають розвиватися світовій торгівлі продовольством, завдяки чому вони з деякою успішністю стабілізують стан світової продовольчої безпеки, надаючи рекомендації та методи подолання продовольчої кризи; найсуттєвіший вклад внесла «Продовольча та сільськогосподарська організація Об'єднаних Націй (ФАО)».

Проаналізовано та встановлено, що Україна є значним учасником експортно орієнтованого міжнародного продовольчого ринку, експортуючи велику кількість пшениці (9 місце в світі, 3,5 % від світового експорту пшениці), кукурудзу (5 місце в світі, 13 % від світового експорту кукурудзи), соняшникової олії (1 місце в світі, 24 % від світового експорту соняшникової олії), займаючи 3 місце серед експортерів продовольства до країн ЄС.

Наприкінці дослідження було визначено, що найбільш впливовими та вагомими світовими експортерами продовольства є США, Китай, Індія, Російська Федерація, Бразилія, Індонезія, Аргентина. Найбільш впливовими та вагомими імпортерами на сучасному світо-

вому ринку торгівлі продовольством є бідні країни Африки (Нігер, ЦАР, Південний Судан та інші) та розвинуті країни, яким витратне власне виробництво сировини, натомість вони займаються переробкою та продажем готової продукції. Прикладом є більшість країн ЄС, Норвегія, Великобританія, Республіка Корея та інші подібні країни. Присутні тенденції: рост світової кількості виробництва продовольства та тенденція стрімкого росту ціни, також присутня ситуація зниження рівня продовольчої безпеки у світі.

### Список літератури

1. Проект Закону України «Про основи продовольчої безпеки» 08.04.2011 р. № 8370. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JF6GI00A> (дата звернення: 21.11.2022).
2. Брензович К. С., Дубляк О. І. Сучасні тенденції світової торгівлі сільськогосподарською продукцією. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. вип. 8. С. 18–22.
3. Юлдашев Р. Сподіваючись на відновлення. Куди прямує глобальна економіка. *Тиждень*. 2022. URL: <https://tyzhden.ua/spodivaiuchys-na-vidnovlennia-kudy-priamuiie-hlobalna-ekonomika> (дата звернення: 21.11.2022).
4. Юрко І. В., Балабан П. Ю., Горячова О. О. Організація торгівлі. *Довідник працівника продовольчого магазину*. 2016. 304 с.
5. Марков Б. М. Фактори впливу на формування та розвиток товаропросування продовольчих товарів. *Економіка та держава*. 2016. № 12. С. 34–38.
6. Кернасюк Ю. В. Світовий ринок аграрної продукції — тенденції та зміни пріоритетів. *Агробізнес Сьогодні*. 2019. URL: <http://agrobusiness.com.ua/agro/ekonomichni-hektar/item/13543-svitoviy-rynok-ahrarnoi-produktsii-tendentsii-ta-zminy-priorytetiv.html> (дата звернення: 21.11.2022).
7. Про Продовольчу та сільськогосподарську організація Об'єднаних Націй. URL: <https://www.fao.org/about/ru> (дата звернення: 21.11.2022).
8. Організаційна структура ФАО. URL: <https://www.fao.org/about/org-chart/ru> (дата звернення: 21.11.2022).
9. Прошаликіна А. М., Петренко Т. С. Місце України на світовому ринку продукції АПК. *АГРОСВІТ*. 2018. № 11. С. 22–26.
10. Основні показники зовнішньої торгівлі України. *Український клуб аграрного бізнесу*. URL: [http://ucab.ua/ua/doing\\_agribusiness/zovnishni\\_rinki/osnovni\\_pokazniki\\_zovnishnoi\\_torgivli\\_ukraini](http://ucab.ua/ua/doing_agribusiness/zovnishni_rinki/osnovni_pokazniki_zovnishnoi_torgivli_ukraini) (дата звернення: 21.11.2022).
11. Сільське господарство в Україні. URL: <https://dlf.ua/ua/silске-gospodarstvo-v-ukrayini> (дата звернення: 21.11.2022).
12. Пугачов М. У 2022 році зростає експорт української агропродовольчої продукції лише до країн Євросоюзу. 2022. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/u-2022-roci-zrostaie-eksport-ukrainskoi-agroprodovolcoi-produkcii-lise-do-krain-evrosouzu-mikolapugacov> (дата звернення: 21.11.2022).
13. Бурдига І. Попри війну: За рік експорт збіжжя з України зріс на чверть. 2022. URL: <https://p.dw.com/p/4DYeH> (дата звернення: 21.11.2022).
14. Експорт з України зернових, зернобобових та борошна. URL: <https://minagro.gov.ua/investoram/monitoring-stanu-apk/eksport-z-ukrayini-zernovih-zernobobovih-ta-boroshna> (дата звернення: 21.11.2022).
15. Agriculture: notable growth in EU agri-food trade continues. *Daily New*, 2022, Available at: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/mex\\_22\\_41](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/mex_22_41). (Accessed 21 November 2022).
16. Абдулбарова Ю. Глобальний агроекспорт: ТОП-10 держав та найсильніші сільськогосподарські країни світу. 2022. URL: <https://lindeal.com/trends/top-stran-pro-agroehksportu-kakie-strany-i-kakuyu-produkciyu-ehksportiruyut> (дата звернення: 21.11.2022).

### References

1. Cabinet of Ministers of Ukraine (2011). Draft Law of Ukraine «On the Basics of Food Safety», no. 8370, Available at: <https://ips.ligazakon.net/document/JF6GI00A>. (Accessed 21 November 2022).
2. Brenzovich, K. S., Dublyak, O. I. (2016). *Suchasni tendentsii svitovoi torhivli silskohospodarskoiu produktsiiei* [Current trends in world trade in agricultural products]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu* [Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University], issue 8, pp. 18–22.
3. Yuldashev, R. (2022). *Spodivaiuchys na vidnovlennia. Kudy priamuiie hlobalna ekonomika* [Hoping for recovery. Where is the global economy

headed?]. *Tyzhden* [Week]. Available at : <https://tyzhden.ua/spodivaiuchys-na-vidnovlennia-kudy-priamuie-hlobalna-ekonomika>. (Accessed 21 November 2022).

4. Yurko, I. V., Balaban, P. Yu., Horyachova, O. O. (2016). *Orhanizatsiia torhivli. Dovidnyk pratsivnyka prodovolchoho mahazynu* [Organization of trade]. 304 p.

5. Markov, B. M. (2016). *Faktory vplyvu na formuvannia ta rozvytok tovaroprosuvannia prodovolchikh tovariv* [Factors influencing the formation and development of food product promotion]. *Ekonomika ta derzhava* [Economy and State], no. 12, pp. 34–38.

6. Kernasyuk, Yu. V. (2019). *Svitovyi rynek ahrarnoi produktsii tendentsii ta zminy priorytetiv* [The world market of agricultural products — trends and changes in priorities]. *Ahrobiznes Sohodni* [Agribusiness Today]. Available at: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichni-hektar/item/13543-svitovyi-rynek-ahrarnoi-produktsii-tendentsii-ta-zminy-priorytetiv.html>. (Accessed 21 November 2022).

7. About the Food and Agriculture Organization of the United Nations. Available at: <https://www.fao.org/about/ru>. (Accessed 21 November 2022).

8. Organizational structure of FAO. Available at: <https://www.fao.org/about/org-chart/ru>. (Accessed 21 November 2022).

9. Proshchalykina, A. M. Petrenko, T. S. (2018). *Mistse Ukrainy na svitovomu rynku produktsii APK* [Ukraine's place in the world market of agricultural products]. *AHROSVIT* [AGROSVIT], no. 11, pp. 22–26.

10. *Osnovni pokaznyky zovnishnoi torhivli Ukrainy* [Main indicators of Ukraine's foreign trade]. *Ukrainskyi klub ahrarnoho biznesu* [Ukrainian Club of Agrarian Business]. Available at: [http://ucab.ua/ua/doing\\_agribusiness/zovnishni\\_rinki/](http://ucab.ua/ua/doing_agribusiness/zovnishni_rinki/)

*osnovni\_pokazniki\_zovnishnoi\_torgivli\_ukraini*. (Accessed 21 November 2022).

11. Agriculture in Ukraine. Available at: <https://dlf.ua/ua/silske-gospodarstvo-v-ukrayini/#1>. (Accessed 21 November 2022).

12. Pugachev, M. (2022). *U 2022 rotsi zrostaie eksport ukrainskoi ahroprodovolchoi produktsii lyshe do krain Yevrosoiuzu* [In 2022, the export of Ukrainian agro-food products will grow only to the countries of the European Union]. Available at : <https://agravery.com/uk/posts/show/u-2022-roci-zrostaie-eksport-ukrainskoi-ahroprodovolchoi-produkcii-lise-do-krain-evrosouzu-mikola-pugacov>. (Accessed 21 November 2022).

13. Burdyga, I. (2022). *Popry viinu: Za rik eksport zbizhzhia z Ukrainy zris na chvert* [Despite the war: Over the year, grain exports from Ukraine increased by a quarter]. Available at: <https://p.dw.com/p/4DYeH>. (Accessed 21 November 2022).

14. *Eksport z Ukrainy zernovokh, zernobovokh ta boroshna* [Export of grain, legumes and flour from Ukrain]. Available at: <https://minagro.gov.ua/investoram/monitoring-stanupak/eksport-z-ukrayini-zernovih-zernobovih-ta-boroshna>. (Accessed 21 November 2022).

15. Agriculture: notable growth in EU agri-food trade continues. *Daily News*. (2022). Available at: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/mex\\_22\\_41](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/mex_22_41). (Accessed 21 November 2022).

16. *Hlobalnyi ahroeksport: TOP-10 derzhav ta naisylnishi silskohospodarski krainy svitu* (2022). [Global agricultural exports: TOP-10 countries and the strongest agricultural countries in the world]. Available at : <https://lindeal.com/trends/top-stran-po-agroehksportu-kakie-strany-i-kakuyu-produkciyu-ehksportiruyut>. (Accessed 21 November 2022).

**Objective.** *The objective of the research is theoretical and practical study of factors and directions of influence on the formation of modern trends in world food trade and directions for overcoming the food crisis. Also research of food security problems and ways to overcome the food crisis in Ukraine.*

**Methods.** *To achieve the goal, the following methods were used: descriptive, analytical, analysis and synthesis, generalization and systematization, induction and deduction, statistical, tabular.*

**Results.** *As a result of the conducted research, it was established that food is a primary strategic commodity, a priority direction for the development of the world economy and international politics. Also, under the current circumstances, the problem of ensuring global food security in the modern world is intensifying, the main reasons for which are the instability of the global agro-food market and the crisis in agricultural production.*

*It was determined that at the current stage of the development of economic thought there is no single approach and methods of developing world food trade in the processes of ensuring food security. There are*

*a large number of funds and organizations that help develop world food trade, due to which they stabilize the state of world food security with some success, providing recommendations and methods for overcoming the food crisis, the most significant contribution was made by the «Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)».*

*The list of countries that are the most influential and significant global food exporters has been determined. According to the results of the analysis of statistical data, it was established that Ukraine was also an influential participant in the international food market before the events of February 2022, but due to these events, it lost volumes from certain food items. In general, the international food market showed a trend of growth in food production volumes and a stable increase in prices, which has recently been of a rapid nature. It is established that in 2022, the highest price increase in the whole world in the last 40 years took place and the trend of recession of food security in the world can be traced.*

**Key words:** world trade, food security, agro-industrial complex, grain, agricultural sector, food, export.

*Надійшла до редакції 27.11.2022*

*Наукове видання*

## **ТОРГІВЛЯ І РИНОК УКРАЇНИ**

*Тематичний збірник наукових праць*

**2022 № 2(52)**

*Юридична адреса видавця:*

*Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського,  
вул. Курчатова, 13, м. Кривий Ріг, Дніпропетровська обл., 50042,  
e-mail: [torgivlya@donnuet.edu.ua](mailto:torgivlya@donnuet.edu.ua), [www.donnuet.edu.ua](http://www.donnuet.edu.ua).*

*Адреса редакції:*

*Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського,  
вул. Трамвайна, 16, м. Кривий Ріг, Дніпропетровська обл., 50005,  
тел. (0564) 409-77-97,  
e-mail: [torgivlya@donnuet.edu.ua](mailto:torgivlya@donnuet.edu.ua),  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 4929 від 07.07.2015 р.*

Підписано до друку 30.12.2022 р.

Формат 60x84/8. Папір офсетний.

Гарнітура «Times New Roman». Друк — лазерний.

Ум. друк. арк. 16,62. Обл.-вид. арк. 17,33.

Наклад 50 прим. Зам. № 68.

---

Друкарня:

ФОП Маринченко С. В.

вул. Героїв АТО, 81-А, оф. 109, м. Кривий Ріг  
Дніпропетровська обл., 50086.

Свідоцтво про державну реєстрацію  
№030567 від 19.01.2007 р.

Тел. (067) 539-66-81