

ISSN 2074-5362 (print)
ISSN 2522-9702 (online)
DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34



УНІВЕРСИТЕТ імені АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

EUROPEAN VECTOR OF ECONOMIC DEVELOPMENT

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ

Виходить 2 рази на рік
Заснований у жовтні 2005 р.

№ 1 (34) 2023

Дніпро
2023

РЕДАКЦІЙНА РАДА

Голова редакційної ради – С.Б. Холод,
доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

Заступник голови редакційної ради – А.О. Задою,
доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

Члени редакційної ради

С.Б. Вакарчук, доктор фізико-математичних наук,
професор (Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

В.А. Павлова, доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

А.А. Степанова, доктор філологічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

О.Б. Тарнопольський, доктор педагогічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Головний редактор – І.В. Тараненко,
доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

Заступник головного редактора – А.О. Задою,
доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

Члени редколегії

Т.М. Болгар, доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

Л.А. Велічко, кандидат наук з державного управління,
доцент (Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара).

Л.О. Корчевська, доктор економічних наук, професор
(Херсон).

Г.О. Крамаренко, доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

О.Ю. Красовська, доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

С.В. Кузьмін, доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

О.О. Меліх, доктор економічних наук, професор,
Одеська національна академія харчових технологій.

Г.Я. Митрофанова, доктор економічних наук, доцент
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

В.Є. Момот, доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

В.А. Павлова, доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

В.А. Ткаченко, доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

С.Б. Холод, доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

EDITORIAL COUNCIL

Head of Editorial Council – Sergiy Kholod,
Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

Deputy Head of Editorial Council – Anatolii Zadoia,
Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

Members of Editorial Council

Sergiy Vakarchuk, Doctor of Physical and Mathematical
Sciences, Full Professor (Alfred Nobel University, Dnipro).

Valentyna Pavlova, Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

Anna Stepanova, Doctor of Philology, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

Oleg Tarnopolsky, Doctor of Pedagogy, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

EDITORIAL BOARD

Chief Editor – Iryna Taranenko,
Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

Deputy Chief Editor – Anatolii Zadoia,
Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

Editorial Board Members

Tetiana Bolgar, Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

Liudmyla Velychko, Ph.D. in Public Administration,
Associate Professor (Oles Honchar Dnipro National
University).

Lilija Korchevska, Doctor of Economics, Full Professor
(Kherson).

Galyna Kramarenko, Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

Olena Krasovska, Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

Sergiy Kuzminov, Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

Olena Melikh, Doctor of Science,
Full Professor, Odesa.

Ganna Mytrofanova, Doctor of Economics, Associate
Professor (Alfred Nobel University, Dnipro).

Volodymyr Momot, Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

Valentyna Pavlova, Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

Volodymyr Tkachenko, Doctor of Economics,
Full Professor (Alfred Nobel University, Dnipro).

Sergiy Kholod, Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

МІЖНАРОДНА РЕДАКЦІЙНА РАДА

К. Грїбїнча, PhD, доцент
(Республіка Молдова).

Л.М. Сембієва, доктор економічних наук, професор
(Республіка Казахстан).

Б. Сова, PhD (Республіка Польща).

Саураб Чандра, PhD (Індія).

З. Чекеревац, доктор технічних наук, професор,
"МБ" Університет (Белград, Сербія).

Б. Шлюсарчик, доктор економічних наук, професор
(Республіка Польща).

INTERNATIONAL EDITORIAL COUNCIL

Corina Gribincea, PhD, Associate Professor
(Republic of Moldova).

Liazzat Sembiyeva, Doctor of Economics, Full Professor
(Kazakhstan).

Bożena Sowa, PhD (Poland).

Saurabh Chandra, PhD (India).

Zoran Cekerevac, Dr., Full Professor (IT)
(Republic of Serbia).

Bogusław Ślusarczyk, Doctor of Economics, Full Professor
(Poland).

*Затверджено до друку за рекомендацією вченої ради
Університету імені Альфреда Нобеля
(протокол № 5 від 30 травня 2023 р.).
Свідоцтво про державну реєстрацію
КВ № 22575-12475 ПР від 15.02.2017 р.*

Програмні цілі – висвітлення результатів новітніх досліджень та актуальних досягнень у галузі економічної науки і підприємництва на шляху реалізації європейського вибору України. Для економістів, вчених, студентів та аспірантів, усіх тих, хто цікавиться сучасними напрямками розвитку європейської економіки. Статті публікуються українською, російською, англійською і польською мовами.

Журнал «Європейський вектор економічного розвитку» затверджено у Переліку наукових фахових видань за категорією «Б» рішенням Атестаційної колегії Міністерства освіти і науки України (наказ № 886 від 2 липня 2020 р.).

Журнал «Європейський вектор економічного розвитку» зареєстровано у міжнародних наукометричних базах і директоріях Ulrich's Periodicals Directory, Directory of Open Access Journals (DOAJ), Index Copernicus, індексується в Google Scholar та інформаційно-аналітичній системі Національної бібліотеки України імені Вернадського.

Редакція не обов'язково поділяє точку зору автора і не відповідає за фактичні або статистичні помилки, яких він припустився.

Усі права застережені. Повний або частковий передрук і переклади дозволено лише за згодою авторів і редакції. При передрукуванні посилання на **«Європейський вектор економічного розвитку»** обов'язкове.

Комп'ютерна веретка *А.Ю. Такій*

Підписано до друку 2.06.2023. Формат 70×90/16.
Ум. друк. арк. 11,89. Тираж 300 пр. Зам. № .

Адреса редакції та видавця:
49000, м. Дніпро,
вул. Січеславська Набережна, 18.
ВНЗ «Університет
імені Альфреда Нобеля»
Тел./факс (056) 720-71-54.
e-mail: rio@duan.edu.ua

Віддруковано
у ТОВ «Роял Принт».
49052, м. Дніпро,
вул. В. Ларіонова, 145.
Тел. (056) 794-61-05, 04
Свідоцтво ДК № 4765
від 04.09.2014 р.

ЗМІСТ

<i>Задоя А.О.</i>	Структура товарного експорту України: оцінка еластичності динаміки товарних груп DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-1.....6
<i>Ключник Р.М.</i>	Проблема бідності в умовах збройного конфлікту: приклад України DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-2.....21
<i>Кузьмінов С.В., Магдич А.С., Геращенко С.О.</i>	Економіка надлишку грошей DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-3.....33
<i>Митрофанова Г.Я., Свтушенко О.А.</i>	Структурні складові професійної мотивації майбутніх менеджерів у контексті формування сучасного керівника-лідера DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-4.....45
<i>Незгода О.К.</i>	Аналіз поточного стану розвитку малого та середнього бізнесу в Україні в контексті воєнного стану DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-5.....57
<i>Орлова В.М., Сергєєва Р.О., Кузьменко О.В.</i>	Стан та перспективи розвитку малого і середнього підприємництва в умовах війни в Україні DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-6.....73
<i>Пестовська З.С.</i>	Відсутність фондового ринку: чи є альтернатива EVA, EPS, P/E DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-7.....86
<i>Піскова Ж.В., Вареник В.М.</i>	Особливості податкового менеджменту мікропідприємств торгівлі тютюновими виробами в умовах воєнного стану DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-8.....100
<i>Шевченко В.М., Тараненко І.В., Яременко С.С., Мусаєв Р.А.</i>	Аналіз асортиментної політики торгового підприємства та напрямки її вдосконалення DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-9.....119

CONTENTS

<i>Zadoia A.</i>	Structure of product exports of Ukraine: assessment of the elasticity of the product groups dynamics DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-1.....	6
<i>Kliuchnyk R.</i>	The problem of poverty in the conditions of an armed conflict: the Ukrainian case DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-2.....	21
<i>Kuzminov S., Maghdich A., Gerashchenko S.</i>	Surplus money economy DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-3.....	33
<i>Mytrofanova H., Yevtushenko O.</i>	Structural components of professional motivation of future managers in the context of the formation of a modern manager-leader DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-4.....	45
<i>Nezhoda O.</i>	Analysis of the current state of development of small and medium-sized businesses in Ukraine in the context of the military situation DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-5.....	57
<i>Orlova V., Serhieieva O., Kuzmenko O.</i>	The state and prospects of the development of small and medium business in the conditions of war in Ukraine DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-6.....	73
<i>Pestovska Z.</i>	Absence of stock market: is there an alternative to EVA, EPS, P/E DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-7.....	86
<i>Piskova Zh., Varenyk V.</i>	Peculiarities of tax management of microenterprises selling tobacco products in the conditions of martial law DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-8.....	100
<i>Shevchenko V., Taranenko I., Yaremenko S., Musayev R.</i>	Analysis of the assortment policy of the trading enterprise and directions for its improvement DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-9.....	119

УДК 339.5

DOI: 10.32342/2074-5362-2023-1-34-1

А.О. ЗАДОЯ,

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри глобальної економіки
Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро (Україна)
<https://orcid.org/0000-0003-4620-6920>*

СТРУКТУРА ТОВАРНОГО ЕКСПОРТУ УКРАЇНИ: ОЦІНКА ЕЛАСТИЧНОСТІ ДИНАМІКИ ТОВАРНИХ ГРУП

Стаття присвячена аналізу структури українського експорту на основі використання ABC-методу. Її метою є оцінка перспективності різних товарних груп у майбутній моделі зовнішньої торгівлі України на основі використання методів мікроекономічного аналізу. У статті обґрунтовані методичні підходи до поділу окремих товарних позицій на А, В та С у залежності від їх питомої ваги у загальних доходах від експорту. На підставі даних за 2021 р. (останній передвоєнний рік зростання експорту), було виділено 5 товарних позицій, які забезпечують більше 75% експортного доходу (група А), та 10 товарних позицій, які формують більше 90% експорту (А+В). Саме ці позиції повинні бути у центрі уваги держави про формуванні експортної політики. Здійснене групування було використане для аналізу тенденцій змін у структурі експорту за останні 10 років. Виявлено, що у групі А дві товарні позиції (розділи XV та XVI за Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності – УКТ ЗЕД) мають стійку тенденцію до послаблення позицій, так само як дві інші позиції (розділи II та III), навпаки, постійно збільшують свою питому вагу у загальному експорті. Це явище кваліфіковано як деіндустріалізація українського експорту. З метою виявлення потенціалу зростання українського експорту та обґрунтування основних засад формування повоєнної зовнішньоекономічної стратегії ABC-аналіз було доповнено розрахунком коефіцієнта еластичності для окремих товарних позицій, який визначено як відношення відсоткової зміни доходу від відповідної товарної позиції до відсоткової зміни загальної вартості товарного експорту за відповідний рік. Аналіз отриманих результатів показав, що для товарів з розділу XV (Недорогоцінні метали та вироби з них) властива висока еластичність як у періоди зростання загального експорту, так і його скорочення. Це дало підставу припустити, що основні чинники динаміки цієї частини експорту лежать за межами країни, а тому вона не повинна становити основу зовнішньоторговельної стратегії у повоєнній Україні. Навпаки, товари з розділів I, II, III та IV (товари, пов'язані з агропромисловим комплексом) мають низьку еластичність, для їх експорту характерна стабільність. Однак в силу цих причин вони теж не мають значного потенціалу зростання, а тому повинні розглядатися не як рушій, а як стабілізатор зовнішньої торгівлі. Найбільший потенціал мають товари групи XVI (Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання). Тому у повоєнній стратегії зовнішньоекономічної діяльності особливе місце повинна займати стимулювання як виробництва та експорту цих товарів, так і створення спеціальних умов для інвесторів (вітчизняних та іноземних), які готові інвестувати у експорторієнтовані машинобудівні підприємства.

Ключові слова: *зовнішня торгівля, експорт, ABC-аналіз, принцип Парето, товарні групи, еластичність експорту*

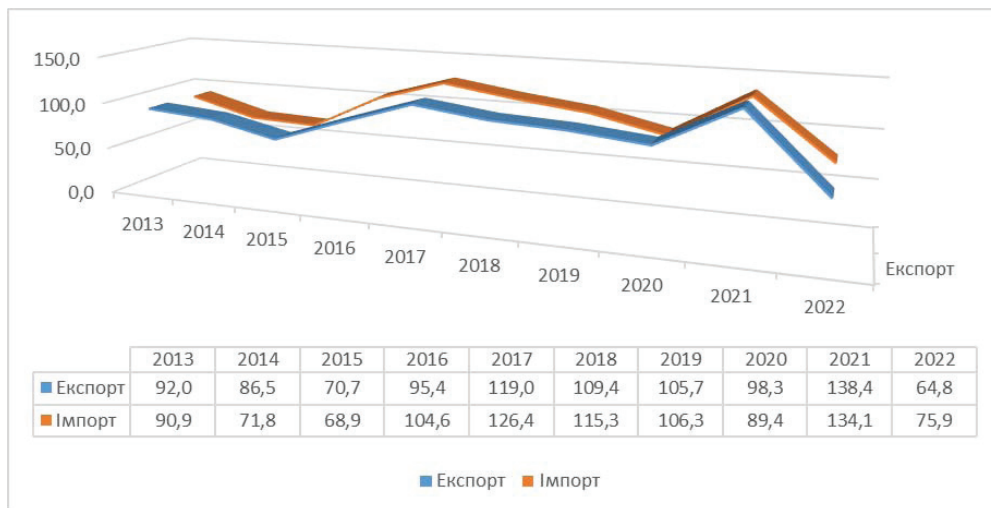
The article is devoted to the analysis of the structure of Ukrainian exports based on the use of the ABC method. Its purpose is to assess the prospects of various product groups in the future model of Ukraine's foreign trade based on the use of microeconomic analysis methods. The article substantiates methodical approaches to the division of individual goods of positions A, B and C depending on their specific weight in the total income from exports. Based on the data for 2021 (the last pre-war year of export growth), 5 commodity items that provide more than 75% of export income (group A) and 10 commodity items that make up more than 90% of exports (A+B) were selected. It is these positions that should be the focus of the state's attention on the formation of export policy. The performed grouping was used to analyze the trends of changes in the export structure over the last 10 years. It was found that in group A, two product positions (chapters XV and XVI according to the Ukrainian classification of goods of foreign economic activity - UCG FEA) have a steady tendency to weaken positions, as well as two other positions (chapters II and III), on the contrary, constantly increase their specific weight in total exports. This phenomenon is qualified as deindustrialization of Ukrainian exports. In order to identify the growth potential of Ukrainian exports and justify the basic principles of the formation of the post-war foreign economic strategy, the ABC analysis was supplemented by the calculation of the elasticity coefficient for individual commodity items, which is defined as the ratio of the percentage change in income from the corresponding commodity item to the percentage change in the total value of commodity exports for the corresponding year. The analysis of the obtained results showed that goods from section XV (Precious metals and products thereof) are characterized by high elasticity both in periods of growth of total exports and its reduction. This gave reason to assume that the main factors of the dynamics of this part of exports lie outside the country's borders, and therefore it should not form the basis of foreign trade strategy in post-war Ukraine. On the contrary, goods from sections I, II, III and IV (goods related to agro-industrial complexes) have low elasticity, their export is characterized by stability. However, due to these reasons, they also do not have significant growth potential, and therefore should be considered not as a driver, but as a stabilizer of foreign trade. The goods of group XVI (Machines, equipment and mechanisms; electrical equipment) have the greatest potential. Therefore, in the post-war strategy of foreign economic activity, a special place should be given to the stimulation of both the production and export of these goods, as well as the creation of special conditions for investors (domestic and foreign) who are ready to invest in export-oriented machine-building enterprises.

Key words: foreign trade, export, ABC analysis, Pareto principle, product groups, export elasticity

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В умовах сучасного глобального світу жодна країна не може не бути учасником світової торгівлі. Ступінь інтегрованості у світові торговельні процеси для тієї чи іншої країни визначається численними факторами як внутрішнього, так і зовнішнього походження. Україна не є винятком: за світовими стандартами її економіка є сильно інтегрованою. Адже відношення зовнішньоторгового обороту до ВВП країни в останні десятиліття коливалося в межах 80-90%. А це означає, що зовнішня торгівля є суттєвим чинником стабільності (або нестабільності) усієї економіки країни: ринків збуду для виробленої продукції, насиченості внутрішнього ринку товарами, валютних надходжень та курсу національної валюти.

Разом з тим, в останні роки динаміка зовнішньої торгівлі товарами відрізняється своєю нестабільністю. За останнє десятиліття 6 разів спостерігалось зменшення обсягів експорту порівняно з попереднім роком та 4 рази його зростання (рис.1). Особливої шкоди зовнішній торгівля

завдала війна, розпочата росією проти України: у 2022 р. експорт товарів становив лише 64,8% від попереднього року. І хоча від початку 2023 р. ситуацію вдалося дещо стабілізувати, у цілому обсяг експорту товарів за січень-квітень 2023 р. склав 80,4%. Ще більше поглибилася диспропорція між експортом та імпортом: покриття експортом імпорту знизилося до 0,65, тоді як за цей же період минулого року воно становило 0,99 [1].



**Рис.1. Динаміка товарного експорту та імпорту України
(у відсотках до попереднього року)**

Розраховано за: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

Відбуваються глибокі зміни не тільки у обсягах та географічній структурі зовнішньої торгівлі (зокрема, йде згортання торгівлі з росією та білорусією, зменшуються обсяги торгівлі з Китаєм тощо), але змінюється й питома вага окремих товарних груп в експорті та імпорті. Так, війна завдала величезної шкоди одній з провідних експортнаповнюючих галузей – чорній металургії. Об’єктивно постає питання: як вибудувувати стратегію зовнішньої торгівлі України у повоєнний період? Чи варто намагатися відтворити той експортний потенціал, який мала наша країна у довоєнний період? На користь такої постановки говорить наявність певних виробничих традицій, досвіду, ресурсів, кваліфікованих кадрів, традиційних ринків збуту тощо.

З іншого боку, слід розуміти, що відсутність українських підприємств на тих чи інших світових ринках протягом року чи двох докорінно змінює ситуацію. Жорстка конкуренція призводить (а частково уже призвела) до того, що українську нішу захоплюють конкуренти і витіснити їх з неї буде дуже складно. Крім того, варто зазначити, що експортована продукція України в основній своїй масі не є унікальною, інноваційною, попит на яку на світовому ринку маю тенденцію до згортання. Тому сьогодні надзвичайно важливо провести науковий аналіз товарної структури зовнішньої торгівлі

України в останнє десятиліття, виявити певні тенденції, структурні зрушення та запропонувати основні засади зовнішньоторговельної стратегії у повоєнний період.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано вирішення досліджуваної проблеми, та виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Проблеми зовнішньої торгівлі завжди були в центрі уваги економічної науки. Починаючи від меркантилістів XV-XVI ст. і закінчуючи цілим рядом лауреатів Нобелівської премії у XXI ст. економісти намагалися, з одного боку, оцінити роль та вплив зовнішньої торгівлі на економічний стан країни та його динаміку, а з іншого – обґрунтувати рекомендації щодо державного регулювання зовнішньоторговельної діяльності.

Ті чи інші аспекти зовнішньоторговельної діяльності України у різні роки та різних міжнародних умовах досліджувалися вітчизняними науковцями, зокрема, такими як: Антонюк В., Бураковський І., Гаврилюк О., Геєць В., Мельник Т., Циганкова Т. та інші. Особливо активізувалися дослідження цих питань після підписання Україною Угоди про асоціацію з ЄС у 2014 р. Саме на реалізацію цієї Угоди покладалися великі надії у розв'язанні ключових проблем української зовнішньої торгівлі: неоптимальна товарна та географічна структура і хронічне негативне сальдо торгівлі товарами. Так, Redko K. та Tkachenko I. аналізують структуру зовнішньої торгівлі між Україною та країнами Європейського Союзу. Автори, зокрема, доходять висновку, що, на противагу очікуванням, у результаті реалізації Угоди з ЄС відбувається деіндустріалізація українського експорту та посилення його сільськогосподарської складової, що не може не хвилювати. Навіть зменшення імпортних мит ЄС не призвело до суттєвого поліпшення товарної структури експорту нашої країни [2]. На подібну тенденцію ще кількома роками раніше вказували й інші автори [3-4].

Об'єктом спеціального дослідження стали проблеми зовнішньої торгівлі України та її регіонів в умовах економічної кризи останніх років. Соколовська О.М. звертає увагу на ряд факторів, які породжують серйозні складності у вирішенні проблем зовнішньої торгівлі України, зокрема:

- відсутність загальнонаціональної парадигми та стратегії розвитку зовнішньої торгівлі;
- невизначеність спеціалізації вітчизняної економіки;
- низька конкурентоздатність продукції, яка постачається на світові ринки;
- залежність експорту від імпоротної сировини та енергоносіїв;
- відсутність умов, які б залучали іноземних інвесторів у експортоорієнтовані галузі [5].

Практично в усіх дослідженнях звертається увага на від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі товарами та його негативний вплив на економічну ситуацію в країні в цілому [6-7]. У ряді досліджень зроблена спроба кількісно оцінити вплив зовнішньої торгівлі на основні макроекономічні показники України, зокрема, обсяг ВВП [8-9].

Разом з тим, не дивлячись на значну кількість досліджень, проблема зовнішньої торгівлі не тільки не втрачає свою актуальність, але й навпаки –

спостерігається посилення уваги до цієї проблеми з боку як науковців, так і практиків. Слід визнати, що війна в Україні, практичне руйнування цілих галузей економіки та традиційної географії зовнішньої торгівлі по особливому актуалізує питання формування саме стратегічного бачення майбутнього зовнішньоекономічної діяльності нашої держави. Очевидно, що буде абсолютно нереальним намагатися відтворити у повоєнний період товарну та географічну структуру українського експорту та імпорту. Потрібно буде вибудовувати нову модель зовнішньої торгівлі з урахуванням нових геостратегічних реалій та нових амбітних цілей України.

Формулювання цілей статті. Метою нашого дослідження є оцінка перспективності різних товарних груп у майбутній моделі зовнішньої торгівлі України на основі використання методів мікроекономічного аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.

Особливістю розвитку сучасної науки є широке використання у дослідженнях тих методів, які раніше застосовувалися для аналізу інших ситуацій. Спробуємо й ми піти цим шляхом та проаналізувати товарну структуру українського експорту з використанням методів, не властивим цьому сегменту дослідження, а саме: АВС-метод аналізу та оцінки еластичності.

АВС-метод аналізу добре відомий в економічній науці. Однак традиційні сфери його використання є відмінними від нашої. Так, Хринюк О.С. та Корчовна М.Р. пропонують використовувати АВС-метод при аналізі розподілу витрат [10]. Однак найчастіше цей метод використовують для аналізу асортименту у торгівлі [11]. Інколи його поєднують з іншим методом – ХУЗ, що дає цікаві результати [12]. Хороші результати дає АВС-метод для управління товарними запасами у оптовій та роздрібній торгівлі [13]. Однак нам не зустрічалось використання цього методу для аналізу товарної структури зовнішньої торгівлі країни.

Для успішного використання АВС-методу на початковому етапі потрібно обрати спосіб визначення критеріїв поділу товарного масиву на відповідні групи. І хоча в основі цього методу лежить відомий принцип Парето (20:80), на практиці далеко не завжди саме рівно 20% вирішуваних завдань забезпечують 80% результату. Тут можливі певні відхилення при збереженні загальної картини.

Для використання АВС-аналізу структури експорту потрібно для початку дати відповідь на ряд питань:

1. Для досягнення більшого ефекту потрібно не обмежуватися одним роком, а брати більш-менш тривалий інтервал, який включав би різні ситуації, що складаються у зовнішній торгівлі. На нашу думку, доцільно взяти останні 10 років, які включають в себе 4 роки зростання експорту та 6 років його скорочення (про це мова йшла вище). Однак очевидно, що структура експорту не могла бути однаковою протягом усіх років. Тому доведеться обрати якийсь рік, що буде розглядатися як стандарт при виділенні груп товарів. Щоб ситуація була найбільш об'єктивно оцінена, варто взяти останній рік зростання експорту – 2021 р. і на підставі даних щодо структури експорту виділити товарні групи, які відносяться до А, В та С, а потім перенести цю класифікацію на інші роки.

2. У якості загального результату буде розглядатися обсяг товарного експорту, виражений у долара США. Факторами, що формують цей результат, будемо вважати товарні групи, які Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності включає до відповідних розділів (УКТ ЗЕД) [14]. Звичайно, наповнення кожної з груп товарів суттєві відрізняється. Однак через відсутність можливості використати якісь співставні натуральні показники, у нашому аналізі усі групи (розділи) будуть розцінюватися як рівноцінні. Із 21 розділу, які виділяє УКТ ЗЕД, офіційна статистика дає інформацію про 20 (за виключенням групи XIX Зброя, боєприпаси; їх частини та приладдя). Тому умовно можна вважати, що кожний розділ – це 5% від їх загальної кількості.

3. Результатом впливу кожного фактору на підсумок будемо вважати питому вагу товарної групи відповідного розділу у загальному обсязі товарного експорту.

4. Важливим є питання обрання методу для визначення меж, що відділяють групу В від групи А та групу С від групи В. Серед численних варіантів ми обрали так званий метод суми. Переваги цього методу полягають в тому, що він більш об'єктивно відображає ситуацію, що склалась на даний час у зовнішній торгівлі України. Тоді першою межею (між групою А та групою В) буде позиція, при якій сума накопичувальних відсотків питомої ваги відповідних товарних груп у загальному експорті та кількості цих груп досягнуть відмітки 100%. Друга межа (між групою В та групою С) буде у точці, коли цей показник наблизиться до позначки 145%.

Результати АВС-аналізу структури українського товарного експорту наведені у табл. 1. І хоча класифікація не співпадає повністю з принципом Парето (20:80), вона досить близька до нього: 25% товарних груп забезпечують 77% товарного експорту України (група А). Наступні 25% (група В) товарних груп у 2021 р. принесли ще 26% доходів від експорту. І, відповідно, 50% товарних груп, що залишилися, займають в експорті менше 7%.

Таблиця 1

АВС-аналіз структури українського експорту за 2021 р. *

Код і назва товарів згідно з УКТ ЗЕД	Експорт		Зростаючим підсумком		
	тис. дол. США	у % до загального обсягу	у % до загального обсягу	у % від кількості товарних груп	сума 4 та 5
1	2	3	4	5	6
Усього	68072328,8	100,0			
у тому числі					
Група А					
XV. Недорогоцінні метали та вироби з них	15990999,1	23,49	23,50	5	28,50
II. Продукти рослинного походження	15538028,4	22,83	46,33	10	56,33
V. Мінеральні продукти	8414372,7	12,36	58,69	15	73,69

Закінчення табл. 1

Код і назва товарів згідно з УКТ ЗЕД	Експорт		Зростаючим підсумком		
	тис. дол. США	у % до загального обсягу	у % до загального обсягу	у % від кількості товарних груп	сума 4 та 5
III. Жири та олії тваринного або рослинного походження	7037234,2	10,34	69,02	20	89,02
XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	5260165,9	7,73	76,75	25	101,75
Група В					
IV. Готові харчові продукти	3788474,9	5,57	82,32	30	112,32
VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	2815603,7	4,14	86,45	35	121,45
IX. Деревина і вироби з деревини	2005802,9	2,95	89,40	40	129,40
I. Живі тварини; продукти тваринного походження	1345194,8	1,98	91,38	45	136,38
XX. Різні промислові товари	1249974,3	1,84	93,21	50	143,21
Група С					
VII. Полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них	1104189,8	1,62	94,83	55	149,83
XI. Текстильні матеріали та текстильні вироби	864984,6	1,27	96,11	60	156,11
XVII. Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби	676435,9	0,99	97,10	65	162,10
XIII. Вироби з каменю, гіпсу, цементу	568403,9	0,83	97,93	70	167,93
X. Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	534033,5	0,78	98,72	75	173,72
XII. Взуття, головні убори, парасольки	189860,9	0,28	99,00	80	179,00
XVIII. Прилади та апарати оптичні, фотографічні	170955,1	0,25	99,25	85	184,25
VIII. Шкури необроблені, шкіра вичинена	165539,7	0,24	99,49	90	189,49
XIV. Перли природні або культивовані, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння	128546,7	0,19	99,68	95	194,68
XXI. Твори мистецтва	2671,4	0,00	99,68	100	199,69

* Розраховано за: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

Отже, не применшуючи роль кожної товарної групи для досягнення збалансованого розвитку економіки, слід зазначити, що товари групи С не можуть відіграти суттєвого впливу на динаміку українського експорту. Тому об'єктом особливої уваги повинні стати товари груп А та В. Саме від їх масштабів та напрямків змін буде залежати загальна ситуація з зовнішньою товарною торгівлю України у повоєнній відбудові.

Слід зазначити, що за останні 10 років у питомій вазі товарів групи А у загальному експорті відбуваються суттєві зміни. Чотири товарні групи з п'яти мають чітко виражені тенденції змін (рис. 2). Питома вага недорогоцінних металів та виробів з них практично усі роки зменшувалася. Особливо катастрофічне це зменшення спостерігається у 2022 р., оскільки російська агресія зруйнувала значну частину металургійної галузі України, а блокування портів зробило неможливим експорт навіть тієї продукції, яка продовжує вироблятися.

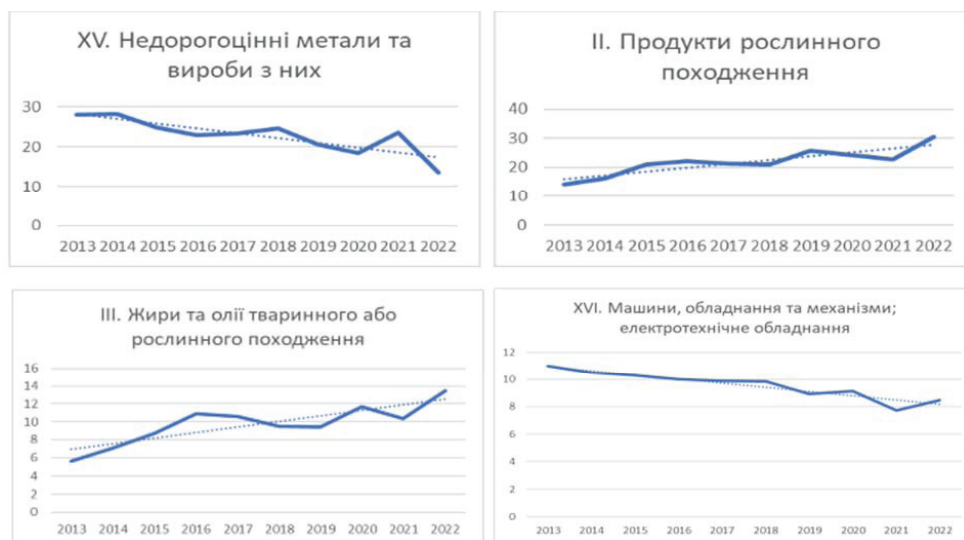


Рис. 2. Тенденції зміни питомої ваги окремих груп товарів у структурі товарного експорту (у відсотках) [1]

Спадна тенденція спостерігається і для товарів розділу XVI Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання. Таку тенденцію слід розцінити як негативну, оскільки вона свідчить про деіндустріалізацію українського експорту [15].

Ще одним проявом деіндустріалізації є зростаючі тенденції у змінах питомої ваги товарних груп, які пов'язані з сільським господарством: II Продукти рослинного походження та III Жири та олії тваринного або рослинного походження. Подібні тенденції спостерігаються і серед товарів групи В: сировинні галузі збільшують свою питому вагу, тоді як, наприклад, хімічна промисловість втрачає свою вагомість. Усе це потребує додаткового аналізу для формування стратегії держави у повоєнний період, з одного боку, для створення сприятливих умов для використання природи

конкурентних переваг України, а з іншого – для недопущення перетворення країни на сировинний придаток передових країн світу.

Як уже зазначалося, найбільший ефект АВС-аналіз дає у поєднанні з іншими методами. Тому доповнимо його оцінкою еластичності динаміки окремих товарних груп у залежності від динаміки загального обсягу товарного експорту. З цією метою розрахуємо коефіцієнти еластичності (E), як відношення приросту (спаду) обсягів експорту товарів відповідної групи (у відсотка до попереднього року) (Ex_t) до приросту (спаду) загального обсягу експорту (у відсотках до попереднього року) (Ex_t):

$$E = \frac{Ex_t}{Ex_t}$$

У табл. 2 та 3 представлені результати розрахунку коефіцієнтів еластичності для окремих груп товарів у періоди зростання та скорочення товарного експорту. Аналіз змісту таблиць дозволяє зробити кілька важливих висновків.

Таблиця 2

Структура українського експорту у роки його зростання та еластичність окремих товарних груп *

	2017		2018		2019		2021	
	%	E	%	E	%	E	%	E
Загальний обсяг товарного експорту по відношенню до попереднього року	119,0		109,4		105,7		139,4	
XV. Недорогоцінні метали та вироби з них	23,40	1,13	24,58	1,58	20,49	-2,08	23,49	2,01
II. Продукти рослинного походження	21,30	0,73	20,89	0,77	25,80	5,37	22,83	0,80
V. Мінеральні продукти	9,10	2,35	9,17	1,06	9,72	2,13	12,36	1,51
III. Жири та олії тваринного або рослинного походження	10,60	0,85	9,50	-0,25	9,45	0,92	10,34	0,58
XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	9,90	0,93	9,83	0,94	8,92	-0,72	7,73	0,45
IV. Готові харчові продукти	6,50	0,81	6,38	0,72	6,43	1,17	5,57	0,33
VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	3,80	0,35	3,95	1,35	3,86	0,56	4,14	1,03
IX. Деревина і вироби з деревини	2,80	0,35	3,16	2,55	2,80	-1,11	2,95	1,10
I. Живі тварини; продукти тваринного походження	2,60	2,27	2,56	0,98	2,42	-1,22	1,98	0,34
XX. Різні промислові товари	1,70	1,81	1,75	1,55	2,03	2,58	1,84	0,65

* Розраховано за: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

1. Недорогоцінні метали та вироби з них лише два роки (2013 та 2014) мали практично одиничну еластичність. Усі інші роки (як у період зростання, так і у період спаду загального товарного експорту) їх зміни були досить еластичними: експортна виручка від реалізації товарів цієї групи або зростала скоріше, ніж зростав загальний експорт, або ж зменшувалася швидше, ніж загальний обсяг експорту. Це може свідчити про те, що експорт товарів групи XV є нестабільним та дуже залежним від ситуації на світовому ринку, яка є досить динамічною та важко передбачуваною. У майбутньому ця стаття певний час може залишатися важливою складовою українського експорту (входить до групи А), але з поступовим послабленням позицій. Причиною цього будуть як загальносвітові тенденції, так і обмеженість інвестиційних ресурсів для відновлення зруйнованої галузі. На нашу думку, державне стимулювання експорту цієї товарної групи не слід включати до стратегічних завдань для повоєнного періоду. Інвестори (зокрема й іноземні) можуть долучитися до цієї галузі на загальних підставах.

Таблиця 3

**Структура українського експорту у роки його зменшення
та еластичність окремих товарних груп***

	2013		2014		2015		2016		2020		2022	
	%	Е	%	Е	%	Е	%	Е	%	Е	%	Е
Загальний обсяг товарного експорту по відношенню до попереднього року	91,9		86,9		70,7		95,4		98,3		64,8	
XV. Недорогоцінні метали та вироби з них	28,10	0,85	28,30	0,97	24,80	1,29	22,90	2,61	18,36	7,03	13,60	1,77
II. Продукти рослинного походження	14,20	0,43	16,20	0,10	20,90	0,30	22,30	-0,33	24,16	4,70	30,53	0,38
V. Мінеральні продукти	11,50	0,49	11,30	1,12	8,10	1,68	7,50	2,61	10,84	-5,62	9,79	1,38
III. Жири та олії тваринного або рослинного походження	5,60	2,02	7,10	-0,69	8,70	0,47	10,90	-4,37	11,68	-12,61	13,48	0,44
XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	11,00	0,09	10,50	1,27	10,30	1,03	10,00	1,67	9,12	-0,29	8,46	0,83
IV. Готові харчові продукти	5,60	-0,09	5,70	0,85	6,50	0,69	6,70	0,15	6,83	-2,57	5,66	0,97
VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	6,40	1,85	5,70	1,76	5,60	1,03	4,30	5,85	4,11	-2,72	2,92	1,54
IX. Деревина і вироби з деревини	1,80	-0,98	2,30	-0,77	2,90	0,42	3,10	-0,48	2,87	-0,47	4,27	0,17
I. Живі тварини; продукти тваринного походження	1,70	-1,59	1,90	0,47	2,20	0,64	2,10	1,28	2,42	4,09	3,33	-0,27
XX. Різні промислові товари	1,10	-1,05	1,40	-0,87	1,40	0,98	1,50	-0,52	2,03	-8,66	2,20	0,63

* Розраховано за: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

2. Експорт товарів, пов'язаних з агропромисловим комплексом, є в основному слабо еластичним або взагалі не еластичним. Він змінюється несуттєво як у роки зростання, так і у роки спаду. Світовий ринок сільськогосподарської продукції та продовольства є досить насиченим, з високим рівнем конкуренції. Він не має значного потенціалу зростання оскільки представляє первинні потреби. Досвід 2022-2023 рр. показав, що виникає значна протидія українському сільськогосподарському експорту, особливо у Європі. Тому буде помилкою пов'язувати майбутнє значне зростання українського експорту у повоєнний період з цієї групою товарів. Вона не здатна виконати функцію рушія. У майбутній повоєнній стратегії їй слід відвести роль стабілізатора, яка за будь-яких умов принесе певний стабільних дохід.

3. Ключовим пунктом повоєнної стратегії перебудови товарного експорту повинна стати зміна загальної тенденції у експорті продукції машинобудування зі спадаючої на зростаючу. Еластичність цієї товарної групи у досліджуваному періоді була досить нестабільною: були роки, коли вона набувала від'ємного значення, наближалася до нуля, майже відповідала одиниці чи навіть значно перевищувала її. Таке не співпадіння з загальною картиною дозволяє припустити, що основні чинники динаміки експорту цієї продукції знаходяться всередині країни. А тому на них можна впливати через різні механізми стимулювання. Якщо й створювати якісь особливі умови для іноземних інвесторів, то саме для тих, хто інвестує у експортоорієнтовані машинобудівні підприємства. Саме вони можуть стати двигуном зростання українського експорту та поліпшення його структури.

4. Не слід відкидати й потенціал товарних груп, які поки-що входять до групи С. Зокрема за відповідної підтримки та достатньої кількості залучений інвестицій піднятися до групи В можуть товари з розділів XI, XII, XVII та XVIII УКТ ЗЕД. Це б змінило структуру експорту на користь товарів з більшою доданою вартістю, потіснивши сировинні товари, де додана вартість є замалою.

Врахування зазначених висновків може створити підґрунтя для формування повоєнної стратегії у сфері зовнішньоторговельних відносин.

Висновки. Таким чином, застосування АВС-аналізу для дослідження структури українського товарного експорту за останні 10 років показало, що в цілому підтверджується справедливність принципу Парето: 25% товарних груп забезпечують більше 75% доходів від зовнішньої торгівлі товарами. Поділ товарних позицій, виділених за УКТ ЗЕД, на групи А, В та С, з одного боку, дозволяє визначити ті товари, експорту яких потрібно приділяти особливу увагу у державному регулюванні зовнішньоекономічної діяльності. З іншого боку, доповнення АВС-аналізу розрахунком коефіцієнтів еластичності для окремих товарних груп дало можливість сформулювати засадничі принципи побудови повоєнної стратегії у сфері як стимулювання експорту, так і залучення іноземних інвестицій.

Список використаної літератури

1. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Redko K., Tkachenko I. Analysis of the structure of the international trade between Ukraine and the EU. *Економічний вісник НТУУ “Київський політехнічний інститут”*. 2021. № 18. С.39-43. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.18.2021.231178>
3. П’янкова О.В., Ралко О.С. Зовнішня торгівля України: проблематика структурних змін та пріоритетів. *Економіка і суспільство*. 2016. Випуск 5. С.65-71.
4. Задоя А.О. Зовнішня торгівля України: сучасні масштаби, структура, тенденції. *Академічний огляд*. 2016. №2 (45). С.110-117.
5. Соколовська О.М. Проблеми зовнішньої торгівлі України та її регіонів у контексті світової кризи. *Вісник економічної науки України*. 2020. № 1 (38). С. 97-102. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.1\(38\).97-102](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.1(38).97-102)
6. Дуляба Н.І., Далик В.П. Розвиток зовнішньої торгівлі України в умовах глобальної нестабільності. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8358>. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.11.82>.
7. Зовнішня торгівля України: ХХІ століття [Текст]: монографія / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, Н.О. Іксарова [та ін.]; за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. 600 с.
8. Міценко Н.Г., Кабаці Б.І., Федоренко А.О. Залежність економіки України від зовнішньої торгівлі: тенденції зміни індикаторів. *Економічні науки*. 2021. № 62. С. 12-21.
9. Батракова Т.І., Фоменко С.С. Сучасний стан зовнішньої торгівлі України в умовах економічної нестабільності. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. Випуск 4(04). С.56-62.
10. Хринюк О.С., Корчовна М.Р. Технологія ABC-методу розподілу витрат на основі видів діяльності. *Ефективна економіка*. 2014. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2837>
11. Мазур О.Є. Багатовимірний ABC-аналіз асортименту. *ECONOMICS: time realities*. 2019. №4. С.80-90.
12. Buliński J., Waszkiewicz C., Buraczewski P. Utilization of ABC/XYZ analysis in stock planning in the enterprise. *Agricultural and Forest Engineering*. 2013. No 61. P. 89-95. URL: <file:///C:/Users/%D0%95%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B0/Downloads/14.pdf>
13. Karthick M., Karthikeyan S., Pravin M. C. A Model for Managing and Controlling the Inventory of Stores Items based on ABC Analysis. *Global Journal of Researches in Engineering: Industrial Engineering*. 2014. Volume 14, Issue 2, Version 1.0. P. 1-6.
14. Митний тариф України (групи 01-72). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/584%D0%B0-18#Text>
15. Задоя А.А. Новая индустриализация в контексте стратегических целей Украины. *Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму*. 2012. №1(5). Том 1. С.146-154.

References

1. State Statistics Service of Ukraine. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed May, 5 2023)
2. Redko, K., Tkachenko, I. (2021) *Analysis of the structure of the international trade between Ukraine and the EU*. *Ekonomichnyy visnyk NTUU "Kyyivs'kyi politekhnichnyy instytut"* [Economic bulletin of NTUU "Kyiv Polytechnic Institute"]. No 18. C.39-43. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.18.2021.231178>
3. P'yankova, O.V., Ralko, O.S. (2016) *Zovnishnya torhivlya Ukrayiny: problematyka strukturnykh zmin ta priorytetiv* [Foreign trade of Ukraine: issues of structural changes and priorities]. *Ekonomika i suspil'stvo* [Economy and society]. Issue 5. P. 65-71 (in Ukrainian).
4. Zadoya, A.O. (2016) *Zovnishnya torhivlya Ukrayiny: suchasni masshtaby, struktura, tendentsiyi* [Foreign trade of Ukraine: modern scales, structure, trends]. *Akademichnyy ohlyad* [Academy review]. No 2 (45). P.110-117 (in Ukrainian).
5. Sokolovs'ka, O.M. (2020) *Problemy zovnishn'oyi torhivli Ukrayiny ta yiyi rehioniv u konteksti svitovoyi kryzy* [Problems of foreign trade of Ukraine and its regions in the context of the global crisis]. *Visnyk ekonomichnoyi nauky Ukrayiny* [Herald of economic science of Ukraine]. No. 1 (38). P. 97-102. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.1\(38\).97-102](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.1(38).97-102) (in Ukrainian).
6. Dulyaba, N.I., Dalik, V.P. (2020). *Rozvytok zovnishnoyi torgivli Ukrayiny v umovakh globalnoyi nestabilnosti* [Development of Ukraine's foreign trade in conditions of global instability]. *Efektivna ekonomika* (electronic journal), vol. 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8358> DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.11.82> (Accessed March, 17 2023) (in Ukrainian).
7. *Zovnishnya torhivlya Ukrayiny: XXI stolittya* [Foreign trade of Ukraine: 21st century] (2016) A.A. Mazaraki, T.M. Mel'nyk, N.O. Iksarova; za zah. red. A.A. Mazaraki. Kyiv: Kyiv. nats. torh.- ekon. un-t, 600 p. (in Ukrainian).
8. Micenko, N.G., Kabaci, B.I., Fedorenko, A.O. (2021) *Zalezhnist ekonomiky Ukrayiny vid zovnishnoyi torgivli: tendentsiyi zminy indikatoriv* [Dependence of the economy of Ukraine on foreign trade: trends in changing indicators]. *Ekonomichni nauki*, vol. 62, pp. 12–21 (in Ukrainian).
9. Batrakova, T.I., Fomenko, S.S. (2023) *Suchasnyy stan zovnishn'oyi torhivli Ukrayiny v umovakh ekonomichnoyi nestabilnosti* [The current state of Ukraine's foreign trade in conditions of economic instability]. *Tsyfrova ekonomika ta ekonomichna bezpeka* [Digital economy and economic security]. Issue 4(04). P. 56-62 (in Ukrainian).
10. Khrynyuk, O.S., Korchovna, M.R. (2014) *Tekhnolohiya ABC-metodu rozpodilu vytrat na osnovi vydiv diyal'nosti* [Technology of the ABC-method of cost distribution based on types of activities]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy]. No 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2837> (Accessed March, 26 2023) (in Ukrainian).
11. Mazur, O.Ye. (2019) *Bahatovymirnyy AVS-analiz asortymentu* [Multidimensional ABC analysis of the assortment]. *ECONOMICS: time realities*. 2019. №4. S.80-90 (in Ukrainian).

12. Buliński, J., Waszkiewicz, C., Buraczewski, P. *Utilization of ABC/XYZ analysis in stock planning in the enterprise*. Agricultural and Forest Engineering. 2013. No 61. P. 89-95. URL: file:///C:/Users/%D0%95%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B0/Downloads/14.pdf (accessed March, 26 2023)

13. Karthick, M., Karthikeyan, S., Pravin, M. C. *A Model for Managing and Controlling the Inventory of Stores Items based on ABC Analysis*. Global Journal of Researches in Engineering: Industrial Engineering. 2014. Volume 14, Issue 2, Version 1.0. P. 1-6.

14. *Mytnyy taryf Ukrayiny (hrupy 01-72)* [Customs tariff of Ukraine (groups 01-72)]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/584%D0%B0-18#Text> (Accessed March, 26 2023) (in Ukrainian).

15. Zadoia, A.A. (2012) *Novaya industrializatsiya v kontekste strategicheskikh tseley Ukrainy* [New industrialization in the context of the strategic goals of Ukraine]. *Byuleten' Mizhnarodnoho Nobelivs'koho ekonomichnoho forumu* [Bulletin of the International Nobel Economic Forum]. No 1(5). Issue 1. P.146-154.

STRUCTURE OF PRODUCT EXPORTS OF UKRAINE: ASSESSMENT OF THE ELASTICITY OF THE PRODUCT GROUPS DYNAMICS

Anatolii O. Zadoia, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).

E-mail: zadoya@duan.edu.ua

DOI: 10.32342/2074-5362-2023-1-34-1

Key words: *foreign trade, export, ABC analysis, Pareto principle, product groups, export elasticity*

The article is devoted to the analysis of the structure of Ukrainian exports based on the use of the ABC method. Its purpose is to assess the prospects of various product groups in the future model of Ukraine's foreign trade based on the use of microeconomic analysis methods. The article substantiates methodical approaches to the division of individual goods of positions A, B and C depending on their specific weight in the total income from exports. Based on the data for 2021 (the last pre-war year of export growth), 5 commodity items that provide more than 75% of export income (group A) and 10 commodity items that make up more than 90% of exports (A+B) were selected. It is these positions that should be the focus of the state's attention on the formation of export policy. The performed grouping was used to analyze the trends of changes in the export structure over the last 10 years. It was found that in group A, two product positions (chapters XV and XVI according to the Ukrainian classification of goods of foreign economic activity - UCG FEA) have a steady tendency to weaken positions, as well as two other positions (chapters II and III), on the contrary, constantly increase their specific weight in total exports. This phenomenon is qualified as deindustrialization of Ukrainian exports. In order to identify the growth potential of Ukrainian exports and justify the basic principles of the formation of the post-war foreign economic strategy, the ABC analysis was supplemented by the calculation of the elasticity coefficient for individual commodity items, which is defined as the ratio of the percentage change in income from the corresponding commodity item to the percentage change in the total value of commodity exports for the corresponding year. The analysis of the obtained results showed that goods from section XV (Precious metals and products thereof) are characterized by high elasticity both in periods of growth of total

exports and its reduction. This gave reason to assume that the main factors of the dynamics of this part of exports lie outside the country's borders, and therefore it should not form the basis of foreign trade strategy in post-war Ukraine. On the contrary, goods from sections I, II, III and IV (goods related to agro-industrial complexes) have low elasticity, their export is characterized by stability. However, due to these reasons, they also do not have significant growth potential, and therefore should be considered not as a driver, but as a stabilizer of foreign trade. The goods of group XVI (Machines, equipment and mechanisms; electrical equipment) have the greatest potential. Therefore, in the post-war strategy of foreign economic activity, a special place should be given to the stimulation of both the production and export of these goods, as well as the creation of special conditions for investors (domestic and foreign) who are ready to invest in export-oriented machine-building enterprises.

Одержано 11.04.2023.

УДК 364.22

DOI: 10.32342/2074-5362-2023-1-34-2

Р.М. КЛЮЧНИК,

*кандидат політичних наук, доцент,
доцент кафедри глобальної економіки
Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро (Україна)
<https://orcid.org/0000-0001-6787-275X>*

ПРОБЛЕМА БІДНОСТІ В УМОВАХ ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ: ПРИКЛАД УКРАЇНИ

У статті розглянуто проблему бідності в умовах збройного конфлікту на прикладі України. Під вторгненням росії автором розуміється широкомасштабна війна, що охопила всю територію України з лютого 2022 р., оскільки бойові дії на території нашої країни тривають з 2014 р. Проблема бідності є особливо актуальною саме сьогодні, адже в умовах збройних конфліктів збідніння стосується абсолютної більшості людей. Бідними стали навіть люди, які за своїми соціальними та економічними характеристиками впевнено трималися у середньому класі.

У статті наголошено, що на момент початку вторгнення українська економіка не мала необхідного «запасу міцності». Рівень життя в Україні протягом усього часу незалежності залишався порівняно низьким, що доведено статистичними даними. Так, українці мали досить невеликі обсяги заощаджень, що вплинуло на їх життя після початку вторгнення.

Було виокремлено низку наслідків збройного конфлікту, які прямо чи опосередковано вплинули на рівень бідності. Так, руйнування житла за визначенням детермінує перехід особи до категорії громадян, які перебувають у стані бідності. Враховуючи кількість людей, чиє житло зруйноване або істотно пошкоджене, швидке відновлення неможливе, враховуючи українські реалії. Значними є руйнування промислових потужностей, дорожньої інфраструктури, торговельних площ тощо. Відповідно, громадяни залишилися без роботи та засобів до існування.

Істотне скорочення території, контрольованої Україною, призвело до втрати значної частини берегової лінії та повної втрати виходу до Азовського моря. Наголошується на тому, що росія отримала контроль над значною частиною природних ресурсів України. Особливу увагу приділено привласненню та контрабанді зерна з України.

Втрата життя, здоров'я громадян, масові евакуації та мобілізація негативно вплинули на економічну ситуацію, про що детально йдеться в роботі. Висловлюється твердження, що евакуйовані громадяни платять податки, купують товари та послуги у країнах перебування, підтримуючи економіки інших країн. Доведено, що зниження рівня освіти може мати довгостроковий вплив на економічний розвиток та рівень бідності. Досліджено особливості впливу вторгнення Росії на розвиток людського капіталу в Україні. Висловлюється теза про необхідність дотримання соціальної відповідальності бізнесом та державою.

Особливу увагу приділено впливу війни на енергетичну інфраструктуру. Продемонстровано, що цілеспрямовані атаки на українську електроенергетику суттєво шкодять економіці країни.

Наведений у статті перелік наслідків вторгнення не є повним. Більше того, повний перелік з вичерпною класифікацією не можна створити за визначенням, адже значна кількість фактів ще не стала відомою. Крім того, деякі наслідки проявляються лише

через певний час. Але вже зараз можна констатувати необхідність залучення всього цивілізованого світу для відновлення економіки України та подолання бідності.

У статті використано досягнення економічної, політичної, соціологічної, психологічної та інших наук з урахуванням міждисциплінарного синтезу та плюралізму підходів. Проаналізовано сучасні підходи до інтерпретації наслідків вторгнення росії в Україну.

Ключові слова: *вторгнення росії в Україну, окупація, збройний конфлікт, бідність, соціальна відповідальність, соціальний капітал, зайнятість, освіта*

The article examines the problem of poverty in Ukraine under the conditions of the russian invasion. By the invasion of russia, the author understands the large-scale war that has covered the entire territory of Ukraine since February 2022, since hostilities on the territory of Ukraine have been ongoing since 2014. The problem of poverty is especially relevant today, because in the conditions of armed conflicts, impoverishment affects the absolute majority of people. In the case of Ukraine, even people who, according to their social and economic characteristics, were confidently in the middle class, became poor.

The article emphasizes that at the time of the beginning of the invasion, the Ukrainian economy did not have the necessary «strength margin». The standard of living in Ukraine throughout the period of independence has remained relatively low, which is proven by statistical data. So, Ukrainians had rather small amounts of savings, which adversely affected their lives after the beginning of the russian invasion.

A number of consequences of the armed conflict were identified, which directly or indirectly affected the level of poverty. Thus, the destruction of housing, by definition, determines the transition of a person to the category of citizens who are in a state of poverty. Given the number of people whose homes have been destroyed or significantly damaged, quick recovery is impossible given Ukrainian realities. The destruction of industrial facilities, road infrastructure, shopping areas, etc. is significant. Accordingly, citizens were left without work and the means of livelihood.

A significant reduction in the territory controlled by Ukraine led to the loss of a significant part of the coastline and the complete loss of access to the Sea of Azov. It is emphasized that Russia gained control over a significant part of Ukraine's natural resources. Special attention is paid in this article to russia's appropriation and smuggling of grain from Ukraine.

Loss of life, health of citizens, mass evacuation and mobilization negatively affected the economic situation, which is discussed in detail in the work. The claim is made that evacuated citizens pay taxes, buy goods and services in host countries, supporting the economies of other countries. It has been proven that a decline in the level of education can have a long-term impact on economic development and the level of poverty. Peculiarities of the impact of the russian invasion on the development of human capital in Ukraine have been studied. The thesis is expressed that the state and business bear an obligation to observe social responsibility.

Special attention is paid to the impact of the war on the energy infrastructure. It has been demonstrated that russia's targeted attacks on the Ukrainian electricity industry are significantly harming the country's economy.

The list of consequences of Russia's armed aggression against Ukraine given in the article is not complete. Moreover, a complete list with an exhaustive classification cannot be created by definition, because a significant number of facts have not yet become known. In addition, some effects will manifest only after a certain time. But it is already possible to state the need to involve the entire civilized world in order to restore the economy of Ukraine.

The article uses the achievements of economic, political, sociological, psychological and other sciences, taking into account the interdisciplinary synthesis and pluralism of approaches. Modern trends in the interpretation of the consequences of russia's invasion of Ukraine are analyzed.

Keywords: *russia's invasion of Ukraine, occupation, armed conflict, poverty, social responsibility, social capital, employment, education*

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Будь-яке економічне явище слід вивчати в динаміці, адже соціально-економічна сфера змінюється надзвичайно швидко. Вивчаючи проблему бідності в Україні, слід особливо уважно інтерпретувати наявні дані та зважати на етап розвитку держави, про який іде мова. У різні роки країна зіштовхувалася з різними викликами, серед яких криза і гіперінфляція почату 1990-х рр., криза 2008 р., бойові дії на Сході України. Серед останніх – пандемія COVID-19 та вторгнення росії 2022 р. За вищезазначених обставин проблема бідності проявлялася по-різному.

Дана проблема є особливо актуальною саме сьогодні, адже в умовах збройних конфліктів збідніння стосується абсолютної більшості людей. Навіть ті громадяни, які не втратили житло та роботу, вимушені платити за товари та послуги за вищими цінами. Крім того, навіть сам ризик втратити будь-що (або навіть усе) у будь-який момент призводить до соціальної, психологічної та іншої напруженості. Впливає це й на економічну поведінку: так, людина, домогосподарство або підприємство можуть утриматися від якихось витрат, очікуючи гіпотетичних втрат, які можуть і не настати.

Бідність в умовах вторгнення росії – це абсолютно нова тема для дослідження, адже війни подібного масштабу в Європі не траплялися з 1945 р. Крім того, це, ймовірно, перша в історії війна, де об'єктом масових цілеспрямованих атак є енергетична інфраструктура.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано вирішення досліджуваної проблеми, та виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Розглядувана нами проблематика не є ґрунтовно дослідженою у науковому дискурсі через те, що широкомасштабне вторгнення почалося лише на початку 2022 р. У рамках статті ми концентруємося на подіях, які розпочалися 24 лютого 2022 р., усвідомлюючи при цьому той факт, що бойові дії на території України почалися ще в 2014 р. Відповідно, проводячи дослідження, ми зважали на порівняно невелику кількість публікацій у спеціалізованих виданнях. Н. Войтович та М. Бричка [1] пропонують історико-економічний аналіз бідності в Україні. Ю. Залознова та Н. Азьмук [2] досліджують характеристики людського капіталу України під впливом російсько-української війни. Т. Перегудова [3] розглядає наслідки війни в Україні для національного ринку праці та напрями підтримки зайнятості. Актуальну для наших задач інформацію ми знаходили на ресурсах новин, зокрема, BBC, Associated Press, УНІАН. Публікації, представлені у вітчизняному науковому дискурсі, як правило, зосереджуються на окремому аспекті наслідків вторгнення. У рамках нашої статті спробуємо окреслити різні напрями впливу війни на економічне життя в цілому та на ситуацію з бідністю, зокрема, не претендуючи на створення вичерпного переліку наслідків, який, на нашу думку, створити поки неможливо.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в дослідженні проблеми бідності в Україні в умовах вторгнення росії.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Ми виходимо з того, що Україна

завжди зіштовхувалася з проблемою бідності. За радянських часів планова економіка нівелювала різницю в номінальних доходах, але існували істотні відмінності між громадянами (можливо, навіть стратифікація) на підставі доступу до дефіцитних, закордонних, ексклюзивних та інших товарів, можливості придбання послуг, таких як високоякісне лікування чи виїзд за кордон. Перебудова та розпад СРСР докорінно змінили ситуацію: відтепер штучні радянські бар'єри вже не діяли, але постали нові перешкоди, вже ринкові. Заробітна плата більшості людей не дозволяла задовольнити базові потреби, гіперінфляція була однією з найбільших у світі. У подальшому кризи, з якими зіштовхувалася наша країна, продовжували тримати значну кількість українців у категорії бідних. Так, показовими є довоєнні дані щодо Львівської області, які наводять Н. Войтович та Б. Бричка, аналізуючи результати соціологічних опитувань. Як свідчать результати розподілу відповідей серед міських і сільських жителів, 69,19% сільських і 65,89% міських жителів заощаджують менше 10% своїх особистих доходів, що може свідчити про вищий рівень життя у містах. При цьому рівень заощаджень значною мірою залежить від використовуюваного доходу, відповідно, така висока частка населення, що заощаджує менше 10% особистого доходу, навіть до вторгнення росії свідчила про низький рівень його життя [1, с. 19].

Відповідно, на момент початку вторгнення українська економіка не мала необхідного «запасу міцності». Раніше ми перелічували основні наслідки збройного конфлікту, але пропонуємо оновлену інтерпретацію, з урахуванням останніх подій:

1. Руйнування міст, селищ та сіл. Під час бойових дій цілеспрямовано та свідомо знищується житлова, промислова, транспортна, торговельна, рекреаційна, культурна та інша інфраструктура України. Відновлення вищепереліченого потребує багатомільярдних інвестицій, але це можливо лише після війни. Зараз же мільйони людей залишилися без житла, праці, місць покупки та продажу товарів, зручних та безпечних шляхів сполучення. Усе це впливає на рівень життя населення.

Відсутність житла за визначенням детермінує перехід особи до категорії громадян, які перебувають у стані бідності. Звичайно, держава докладає зусиль для забезпечення тимчасовим житлом усіх, хто втратив власне, але рівень життя таких людей а ргіогі знижується.

За даними обласних військових адміністрацій, з 24 лютого по 18 жовтня 2022 р. на доступних для підрахунку територіях зафіксовано майже 160 тис. пошкоджених або зруйнованих об'єктів. З них 60% – зі ступенем руйнування понад 50%. Серед пошкоджених об'єктів нерухомості переважають житлові приміщення – понад 142 тис.; з них понад 54 тис. – зі ступенем руйнування до 50%, 88 тис. – 50-100% [4]. Значними є руйнування промислових потужностей, дорожньої інфраструктури, торговельних площ тощо.

2. Тимчасове, але істотне скорочення території, контрольованої Україною. Майже вся Луганська область, значні частини Донецької, Херсонської, Запорізької областей станом на січень 2023 р. окуповані. Трапилося істотне скорочення довжини берегової лінії, контрольованої Україною. Так, російські окупанти спромоглися повністю зайняти узбережжя Азовського моря з його природними, промисловими та рекреаційними ресурсами. Росія

взяла під контроль на окупованих територіях 63% вугільних покладів, 11% покладів нафти, 20% – газу, 42% – металів та 33% – рідкісноземельних та інших важливих мінералів, серед яких літій [5].

На тимчасово окупованих територіях путінські силовіки вдаються до мародерства, пограбувань та інших правопорушень. Одним з найтяжчих за наслідками злочинів є крадіжка та контрабанда українського зерна. Експерти називають різні цифри, адже російський режим приховує масштаби вивезення за допомогою вимкнення транспондерів, завантаження вантажів безпосередньо в морі без заходу до порту, використання підставних компаній тощо [6].

Колаборанти, які отримали владу на тимчасово непідконтрольних територіях, відкрито заявляють про вивезення зерна до Криму, а звідти – до портів Близького Сходу [7]. Агенція «Associated Press» вказувала у жовтні 2022 р., що Росія привласнила українське зерно на суму 530 млн доларів [8].

3. Мобілізація громадян України до лав ЗСУ та інших формувань з метою оборони країни. У вітчизняному публічному просторі здебільшого наголошують на впливі мобілізації на економіку путінської росії. Але мусимо визнати, що подібне твердження справедливе й для нашої країни: переважна більшість наших співвітчизників, які зараз перебувають у згаданих формуваннях, були залучені до виробництва товарів та послуг в Україні.

4. Втрата життів громадян, а також тимчасове вибуття представників всіх категорій населення з економічного життя через поранення, хвороби, полон, депортацію чи перебування на окупованій території.

5. Масова евакуація українців за кордон. Мільйони людей, які виїхали з України, також припинили трудові відносини в Україні. Щоправда, частина громадян продовжує працювати онлайн, але для більшості професій та компаній така форма роботи є неможливою та / або неприйнятною.

Водночас громадяни, що виїхали, платять податки, купують товари та послуги у країнах перебування, підтримуючи економіки Польщі, Німеччини, Франції тощо. У той же час попит на товари та послуги в Україні зменшився через зменшення наявного населення. Вимушена міграція негативно позначається на економічній активності, у першу чергу, через канал сукупного попиту. Навіть якщо вимушені мігранти працюють віддалено на українські компанії, то вони витрачають свої заощадження та поточні заробітки за кордоном, а не в Україні [9].

6. Відмова низки компаній продовжувати роботу в Україні. Вітчизняні та особливо закордонні компанії вирішили не піддавати ризику своїх працівників, навіть якщо ризик був неістотним. Так, протягом перших місяців війни не працювали ресторани мережі «McDonald's» (і зараз вони працюють лише в деяких місцях). Відповідно, зменшуються можливості працевлаштування, попит на сировину, податкові надходження тощо.

7. Зниження рівня освіти. Істотний удар по системі освіти завдала пандемія COVID-19, під час якої було введено онлайн-навчання, яке не завжди позитивно вплинуло на якість освіти. Розглядаючи реальний стан справ на прикладі власного досвіду науково-педагогічних працівників, можна зазначити, що в більшості закладів вищої освіти на момент вторгнення

онлайн-навчання тривало (з перервами) вже два роки, відповідно, всі негативні (або потенційно негативні) риси, притаманні йому, проявилися достатньою мірою.

Не всі учасники мають доступ до освітнього матеріалу через поганий інтернет-зв'язок та наявність необхідного технічного обладнання (ця проблема, виявлена під час пандемії, стала ще більш актуальною в умовах бойових дій). Переважна частина учнів, студентів використовують смартфони, що обмежує їх можливості у виконанні завдань під час занять [2]. Частина освітніх компонентів у ЗВО та закладах професійно-технічної освіти скасована або перенесена на наступний навчальний рік (який навряд чи буде мирним). Онлайн-навчання під час збройного конфлікту ускладнювалося низкою факторів, зокрема, вимушеними перервами під час повітряних тривог та блекаутів. Проведення лекційних, практичних, лабораторних занять, екзаменів ускладнилося. Це ж стосується і шкільної освіти, в рамках якої діти мають отримувати базові знання. Другий рік поспіль абітурієнти складають замість ЗНО його полегшений варіант – НМТ, що, на нашу думку, демотивує частину абітурієнтів наполегливо готуватися. Ю. Залознова та Н. Азьмук стверджують, що загальна якість дистанційної освіти в Україні «з 2020 року дотепер не набула того рівня, щоб забезпечувати зростання людського капіталу, а не наздоганяти або втримувати на допандемічному рівні» [2]. Усе це чинить негативний вплив на рівень знань та на компетентності майбутніх фахівців.

8. Удари по енергетичній інфраструктурі. Об'єктом масових цілеспрямованих атак стала енергетична інфраструктура, що стало першим подібним випадком в історії. Це уповільнює промислове виробництво, знижує якість надання житлово-комунальних послуг, порушує телефонний та інтернет-зв'язок, створює масштабні побутові незручності. Враховуючи те, що значна частина громадян працює онлайн, це істотно обмежує можливості вчасного та якісного виконання працівниками своїх обов'язків. Якщо до жовтня 2022 р. Україна експортувала електричну енергію, то після масованих атак через дефіцит було введено віялові відключення.

Міністр енергетики України Г. Галущенко в інтерв'ю «Forbes», оцінив збитки, завдані українській енергосистемі, у мільярди доларів: «Ми рахуємо не тільки фактичні руйнування, але й втрачену вигоду». Так враховується електроенергія, яку могла б виробляти тимчасово окупована Запорізька АЕС і яку можна було б продати на внутрішньому чи зовнішньому ринках [10].

9. Втрати людського капіталу. Вторгнення росії посилило стан психологічного та емоційного стресу, в якому перебуває населення України ще з часів пандемії. Одним із проявів такого стресу є використання громадянами, у тому числі, в інтернеті, риторики ненависті, «hate speech» (мови ворожнечі), яка спрямована проти певних расових, етнічних, релігійних та соціально-політичних груп [11, с. 53]. Окрім психічного здоров'я, збройний конфлікт призводить до загострення хвороб. Наприклад, посиляться онкологічні та серцево-судинні захворювання, зазначають у МОЗ. Зокрема, в Україні, на думку профільного міністра, зросте кількість хворих на рак із запущеними стадіями, а також почастишають випадки інфарктів та інсультів у молодому віці [12]. Досвід жителів Палестини, Камбоджі та

інших країн, які зіштовхнулися з війнами, свідчить, що травмувальні події війни та переміщення самих людей мають негативні і довготривалі наслідки для їх психічного здоров'я, а вплив післявоєнних стресових чинників може їх підсилювати [13, с. 118].

До складу проблем, пов'язаних із соціальним капіталом, на нашу думку, входить проблема зайнятості під час та після війни. В Україні в умовах воєнного стану соціальна якість зайнятості може проявлятися, насамперед, у цілеспрямованій підтримці безпеки умов праці та збереження робочих місць, зокрема, шляхом релокації до більш безпечних місць виробництв із регіонів, охоплених бойовими діями. Особливо важливу роль у впровадженні відповідної державної політики з початку війни відіграють репрезентативні на національному рівні організації роботодавців України [14, с. 21].

З огляду на те, що сьогодні незворотні втрати промислового потенціалу України вже становлять понад 30%, а приблизно його третина не задіяна через високі ризики, порушення виробничих і транспортних ланцюгів, втрату доступу до сировинних і людських ресурсів, Об'єднання організацій роботодавців України ініціювало розробку необхідних держпрограм підтримки індустрії та малого бізнесу з адаптацією під потреби воєнного стану, що дозволить зберегти наявні та створити нові робочі місця. На думку експертів об'єднання, уряду не варто відкладати на період повоєнного відновлення поточні проблеми промисловості [15].

Наголошуючи на вдосконаленні політики макроекономічного зростання та зайнятості населення в Україні, постає питання щодо інституціалізації інклюзивної політики зайнятості, яка враховувала би умови воєнного стану. Т. Перегудова зазначає, що збереження та створення робочих місць періодично обговорюється в межах доповідей щодо світового розвитку. Водночас складність регулювання соціально-трудова відносин в Україні полягає в тому, що заходи в умовах війни відрізняються від заходів в умовах соціально-економічних, фінансових криз, оскільки функціонування підприємств супроводжується більшими ризиками, в тому числі втрати життя працівників [3, с. 187]. Важливо також зазначити, що українська економіка та суспільство страждають від корупційних дій посадових осіб, а явище корупції продовжує чинити вплив на суспільні процеси.

Наведений вище перелік наслідків вторгнення росії в Україну не є повним. Більше того, повний перелік з вичерпною класифікацією не можна створити за визначенням, адже значна кількість фактів ще не стала відомою. Крім того, деякі наслідки проявляться лише через певний час. Але вже зараз можна констатувати необхідність залучення всього цивілізованого світу для відновлення економіки України.

Висновки. Вторгнення росії в Україну у 2022 р. стало найтяжчим потрясінням для вітчизняної економіки за всю історію незалежної України. Воно призвело до низки наслідків, серед яких руйнування інфраструктури, виключення частини громадян з числа економічно активних, уповільнення виробництва через пошкодження енергетичної інфраструктури, масштабні незручності у повсякденному житті для практично всіх громадян. Незворотні втрати промислового потенціалу та агросектору України значною мірою унеможливають працевлаштування сотень тисяч громадян. У цьому

контексті актуалізувалася проблема розвитку соціального капіталу, у тому числі подолання бідності, ліквідація прогалин в освіті, проблема зайнятості, фізичного та ментального здоров'я тощо.

Особливу увагу слід звернути на виїзд великої кількості громадян України за кордон. По-перше, це зменшує попит на товари та послуги. По-друге, зменшується й пропозиція, адже ці громадяни виробляли певну продукцію та надавали послуги. По-третє, змінюється гендерне співвідношення на ринку праці та в суспільстві загалом, оскільки серед тих, хто виїхав, переважають жінки. По-четверте, рівень життя майже в усіх країнах, куди виїхали українці, був істотно вищим і до війни, відповідно, шанси на повернення багатьох громадян на батьківщину залишаються примарними.

В умовах воєнного стану від держави все одно вимагається виконання покладених на неї функцій, зокрема, соціального забезпечення. Серед іншого, вони реалізуються шляхом цілеспрямованої підтримки безпеки умов праці та збереження робочих місць. Незважаючи на складну ситуацію, продовжує функціонувати система освіти, охорони здоров'я, соціального забезпечення. Істотну роль у стабілізації ситуації відіграє соціально відповідальний бізнес. Втім, повний перелік наслідків вторгнення, в тому числі економічних, можна буде створити лише після завершення збройного конфлікту, використовуючи емпіричні дані.

Список використаної літератури

1. Войтович Н.М., Бричка Б.Б. Бідність в Україні: історико-економічний аналіз. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Історичні науки. 2022. Том 33 (72). № 1. С. 14-20. DOI: <https://doi.org/10.32838/2663-5984/2022/1.3>
2. Залознова Ю.С., Азьмук Н.А. Людський капітал України в умовах війни: здобутки та втрати. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-59>
3. Перегудова Т.В. Наслідки війни в Україні для національного ринку праці та напрями підтримки зайнятості. Проблеми економіки. 2022. № 2 (52). С. 184-191. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2022-2-184-191>
4. 2,4 мільйона українців втратили домівки за час війни. Що з обіцянним житлом від держави? Європейська правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/11/7/693516/> (дата звернення: 03.01.2023).
5. Пів року війни Росії проти України у 10 цифрах. BBC News Україна. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-62610639> (дата звернення: 03.01.2023).
6. Tracking where Russia is taking Ukraine's stolen grain. BBC News. URL: <https://www.bbc.com/news/61790625> (Accessed 21 January 2023).
7. Is Russia exporting grain from Ukraine? BBC News. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-61736179> (Accessed 21 January 2023).
8. Russia smuggling Ukrainian grain to help pay for Putin's war. Associated Press. URL: <https://apnews.com/article/russia-ukraine-putin-business-lebanon-syria-87c3b6fea3f4c326003123b21aa78099> (Accessed 21 January 2023).

9. Українські мігранти підіймають економіку Європи. Що буде з Україною без них? Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/01/10/695807/> (дата звернення: 05.01.2023).

10. Міністр енергетики Герман Галущенко про відновлення енергосистеми України. Інтерв'ю. Forbes Україна. URL: <https://forbes.ua/money/chi-mozhlyviv-blekaut-vsiei-ukraini-dumayu-u-nikh-ne-viyde-ministr-energetiki-german-galushchenko-pro-vidnovlennya-energosislemi-ukraini-intervyu-22122022-10660> (дата звернення: 05.01.2023).

11. Ключник Р.М. Мова ворожнечі в політичній комунікації. Збірка матеріалів VI Всеукраїнської науково-практичної конференції «Придніпровські соціологічні читання» (м. Дніпро, 1 жовтня 2021 року) / відп. за випуск В.В. Кривошеїн. Дніпро: Видавничо-поліграфічний дім «Формат А+», 2021. С. 53-55.

12. Війна в Україні матиме критичні наслідки для психічного здоров'я людей – Ляшко. УНІАН. URL: <https://www.unian.ua/health/viyna-v-ukrajini-matime-kritichni-naslidki-dlya-psihichnogo-zdorov-ya-lyudey-lyashko-12025647.html> (дата звернення: 13.01.2023).

13. Тюріна В.О., Солохіна В.О. Вплив військових конфліктів на психічне здоров'я людини: короткий огляд зарубіжних досліджень. Особистість, Суспільство, Війна: тези доповідей учасників міжнародного психологічного форуму. Харків: ХНУВС, 2022. С. 116-118.

14. Бурлай Т.В., Дмитрук Д.А., Костриця В.І., Левін Р.Я. Політика соціальної якості: теорія та міжнародні підходи в контексті завдань повоєнної реконструкції України. Український соціум. 2022. № 3 (82). С. 9-30. DOI: <https://doi.org/10.15407/socium2022.03.009>

15. Уряду не варто відкладати на період повоєнного відновлення поточні проблеми промисловості: зростає безробіття, виробництво падає. Об'єднання організацій роботодавців України. <https://www.ooru.org.ua/news/1105.uryadu-ne-varto-vidkladati-na-periodpovonnogo-vidnovlennya-potochni-problemi-promislovosti-zrosta-bezrobittya-virobnictvo-pada.htm> (дата звернення: 17.01.2023).

References

1. *2,4 mil'jona ukraintziv vtratyly domivky za chas vijny. Scho z obitsianym zhytлом vid derzhavy?* [2.4 million Ukrainians have lost their homes during the war. What about the apartments promised by the state?] *Yevropejs'ka pravda* [European truth]. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/11/7/693516/> (Accessed: 03 January 2023).

2. Burlaj, T.V., Dmytruk, D.A., Kostytsia, V.I., Levin, R.Ya. (2022). *Polityka sotsial'noi yakosti: teoriia ta mizhnarodni pidkhody v konteksti zavdan' povoiennoi rekonstruktsii Ukrainy* [The social quality policy: theory and international approaches in the context of the Ukraine's post-war reconstruction task]. *Ukrains'kyj sotsium* [Ukrainian Society], no. 3 (82), pp. 9-30. DOI: <https://doi.org/10.15407/socium2022.03.009> (in Ukrainian).

3. Is Russia exporting grain from Ukraine? BBC News. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-61736179> (Accessed 21 January 2023).

4. Kliuchnyk, R.M. (2021). *Mova vorozhnechi v politychnij komunikatsii* [Hate speech in political communication]. Zbirka materialiv VI Vseukrains'koi naukovo-praktychnoi konferentsii «Prydniprovs'ki sotsiolohichni chytannia» (m. Dnipro, 1 zhovtnia 2021 roku) [Proc. 6th All-Ukrainian scientific and practical conference «Cisdnieper sociological readings»]. Dnipro, 2021, pp. 53-55 (in Ukrainian).

5. *Ministr enerhetyky Herman Haluschenko pro vidnovlennia enerhosystemy Ukrainy. Interv'iu* [Minister of Energy Herman Haluschenko on the rebuilding of Ukraine's energy system. Interview]. Forbes Ukraine. URL: <https://forbes.ua/money/chi-mozhlyviy-blekaut-vsiei-ukraini-dumayu-u-nikh-ne-viyde-ministr-energetiki-german-galushchenko-pro-vidnovlennya-energosityemi-ukraini-intervyu-22122022-10660> (Accessed 05 January 2023).

6. *Piv roku vijny Rosii proty Ukrainy u 10 tsyfrakh* [6 months of Russia's war against Ukraine in 10 figures]. BBC News Ukraine. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-62610639> (Accessed: 03 January 2023).

7. Perehudova, T.V. (2022). *Naslidky vijny v Ukraini dlia natsional'noho rynku pratsi ta napriamy pidtrymky zajniatosti* [Consequences of the War in Ukraine for the National Labor Market, Directions of Employment Support]. *Problemy ekonomiky* [Problems of Economy], no. 2 (52), pp. 184-191. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2022-2-184-191> (in Ukrainian).

8. Russia smuggling Ukrainian grain to help pay for Putin's war. Associated Press. URL: <https://apnews.com/article/russia-ukraine-putin-business-lebanon-syria-87c3b6fea3f4c326003123b21aa78099> (Accessed 21 January 2023).

9. Tracking where Russia is taking Ukraine's stolen grain. BBC News. URL: <https://www.bbc.com/news/61790625> (Accessed 21 January 2023).

10. Tiurina, V.O., Solokhina, V.O. (2022). *Vplyv vijs'kovykh konfliktiv na psykhychno zdorov'ia liudyny: korotkyj ohliad zarubizhnykh doslidzhen'* [Influence of armed conflicts on people's mental health]. *Osobystiv', Suspil'stvo, Vijna: tezy dopovidej uchasnykiv mizhnarodnoho psykholohichnoho forumu* [Personality, Society, War: Proc. International Psychological Forum]. Kharkiv, 2022, pp. 116-118.

11. *Ukrains'ki mihranty pidijmaiu' ekonomiku Yevropy. Scho bude z Ukrainoiu bez nykh?* [Ukrainian migrants boost the economy of Europe. What will Ukraine face without them?]. *Ekonomichna pravda* [Economic truth]. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/01/10/695807/> (Accessed 5 January 2023).

12. *Uriadu ne varto vidkladaty na period povoiennoho vidnovlennia potochni problemy promyslovosti: zrostaie bezrobittia, vyrobnytstvo padaie. Ob'ednannia orhanizatsij robotodavtsiv Ukrainy* [The government does not need to delay the current problems of industry until the post-war reconstruction: unemployment is rising, production is decreasing. Union of organisations of employers of Ukraine]. URL: <https://www.oou.org.ua/news/1105.uryadu-ne-varto-vidkladati-na-periodpovonnogo-vidnovlennya-potochni-problemi-promislovosti-zrosta-bezrobittya-virobnictvo-pada.htm> (Accessed 17 January 2023).

13. *Vijna v Ukraini matyme krytychni naslidky dlia psykhychnoho zdorov'ia liudej – Liashko* [War in Ukraine will cause critical consequences for people's mental health, Liashko says]. UNIAN. URL: <https://www.unian.ua/health/vijna-v-ukrajini-matime-kritichni-naslidki-dlya-psiichnogo-zdorov-ya-lyudey-lyashko-12025647.html> (Accessed 13 January 2023).

14. Vojtovych, N.M., Brychka, B.B. (2022). *Bidnist' v Ukraini: istoryko-ekonomichnyj analiz* [Poverty in Ukraine: historical and economic analysis]. *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernads'koho. Serii: Istorychni nauky* [Scientific notes of Tavriya National University Vernadsky. Series: Historical sciences]. Vol. 33 (72), No. 1, pp. 14-20. DOI <https://doi.org/10.32838/2663-5984/2022/1.3> (in Ukrainian).
15. Zaloznova, Yu.S., Az'muk, N.A. (2022). *Liuds'kyj kapital Ukrainy v umovakh vijny: zdobutky ta vtraty* [Human capital of Ukraine in the conditions of war: losses and gains]. *Ekonomika ta suspil'stvo* [Economy and society]. Issue 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-59> (in Ukrainian).

THE PROBLEM OF POVERTY IN THE CONDITIONS OF AN ARMED CONFLICT: THE UKRAINIAN CASE

Ruslan M. Kliuchnyk, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).

E-mail: nobelpolis@duan.edu.ua

DOI: [10.32342/2074-5362-2023-1-34-2](https://doi.org/10.32342/2074-5362-2023-1-34-2)

Keywords: *Russia's invasion of Ukraine, occupation, armed conflict, poverty, social responsibility, social capital, employment, education*

The article examines the problem of poverty in Ukraine under the conditions of the Russian invasion. By the invasion of Russia, the author understands the large-scale war that has covered the entire territory of Ukraine since February 2022, since hostilities on the territory of Ukraine have been ongoing since 2014. The problem of poverty is especially relevant today, because in the conditions of armed conflicts, impoverishment affects the absolute majority of people. In the case of Ukraine, even people who, according to their social and economic characteristics, were confidently in the middle class, became poor.

The article emphasizes that at the time of the beginning of the invasion, the Ukrainian economy did not have the necessary «strength margin». The standard of living in Ukraine throughout the period of independence has remained relatively low, which is proven by statistical data. So, Ukrainians had rather small amounts of savings, which adversely affected their lives after the beginning of the Russian invasion.

A number of consequences of the armed conflict were identified, which directly or indirectly affected the level of poverty. Thus, the destruction of housing, by definition, determines the transition of a person to the category of citizens who are in a state of poverty. Given the number of people whose homes have been destroyed or significantly damaged, quick recovery is impossible given Ukrainian realities. The destruction of industrial facilities, road infrastructure, shopping areas, etc. is significant. Accordingly, citizens were left without work and the means of livelihood.

A significant reduction in the territory controlled by Ukraine led to the loss of a significant part of the coastline and the complete loss of access to the Sea

of Azov. It is emphasized that Russia gained control over a significant part of Ukraine's natural resources. Special attention is paid in this article to Russia's appropriation and smuggling of grain from Ukraine.

Loss of life, health of citizens, mass evacuation and mobilization negatively affected the economic situation, which is discussed in detail in the work. The claim is made that evacuated citizens pay taxes, buy goods and services in host countries, supporting the economies of other countries. It has been proven that a decline in the level of education can have a long-term impact on economic development and the level of poverty. Peculiarities of the impact of the Russian invasion on the development of human capital in Ukraine have been studied. The thesis is expressed that the state and business bear an obligation to observe social responsibility.

Special attention is paid to the impact of the war on the energy infrastructure. It has been demonstrated that Russia's targeted attacks on the Ukrainian electricity industry are significantly harming the country's economy.

The list of consequences of Russia's armed aggression against Ukraine given in the article is not complete. Moreover, a complete list with an exhaustive classification cannot be created by definition, because a significant number of facts have not yet become known. In addition, some effects will manifest only after a certain time. But it is already possible to state the need to involve the entire civilized world in order to restore the economy of Ukraine.

The article uses the achievements of economic, political, sociological, psychological and other sciences, taking into account the interdisciplinary synthesis and pluralism of approaches. Modern trends in the interpretation of the consequences of Russia's invasion of Ukraine are analyzed.

Одержано 31.03.2023.

УДК 330.1:32

DOI: 10.32342/2074-5362-2023-1-34-3

С.В. КУЗЬМІНОВ,

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри глобальної економіки
Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)
<https://orcid.org/0000-0001-5456-2162>*

А.С. МАГДІЧ,

*кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри глобальної економіки
Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)
<https://orcid.org/0000-0001-5456-2162>*

С.О. ГЕРАЩЕНКО,

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії та
міжнародних економічних відносин
НТУ «Дніпровська політехніка» (м. Дніпро)
<https://orcid.org/0000-0003-3194-1674>*

ЕКОНОМІКА НАДЛИШКУ ГРОШЕЙ

Стаття присвячена формуванню економіки, в якій існує відносний надлишок грошей. Надлишок грошей розглядається як наслідок політики кількісного пом'якшення, яку проводили центральні банки розвинених країн. Досліджено особливості зростання співвідношення грошової маси та валового внутрішнього продукту для окремих країн. Показано, що фінансування реконструкції України відповідає власним економічним інтересам країн-донорів, оскільки сприятиме виправленню певних системних дисбалансів грошового обігу в їхніх економіках. Цей дисбаланс втілюється у відносному надлишку грошей. Він має іншу природу, ніж та, що передбачається кількісною теорією грошей. З точки зору поведінкової економіки гроші є інструментом спонукання суб'єкта до дії (або, при необхідності, бездіяльності). Стимулювання діяльності, зокрема підприємницької, за рахунок можливості отримати більше грошей є характерною рисою капіталістичної економіки. Зважаючи на те, що вартість грошей важлива не сама по собі, а у зв'язку з тим, для чого вони використовуються, можна уявити, що повзуча інфляція навіть найбільш, здавалося б, основних і надійних світових валют (долар США, британський фунт, євро) є свідченням певної втрати бачення того, на що потрібні гроші і, відповідно, скільки їх потрібно в економіці. Індикатором наявності проблеми грошового забезпечення функціонування світової економіки може служити динаміка співвідношення грошової маси до виробленого продукту. Поступове зростання відношення грошової маси до ВВП спостерігається в усіх країнах. Темпи зростання цього показника в розвинених країнах загалом близькі до середньосвітових. У бідних країнах, що характеризуються низькими темпами економічного зростання, співвідношення грошової маси до ВВП залишається досить низьким. Причому, на

нашу думку, провідну роль тут відіграють не стільки низькі доходи на душу населення, скільки низькі темпи економічного зростання.

За групою країн із середнім рівнем доходу на душу населення (і особливо з доходами «вищесереднього») цей коефіцієнт значно перевищує середньосвітовий рівень. Зростання співвідношення грошової маси до ВВП особливо помітне в країнах Далекого Сходу, які взяли за приклад стратегію, що призвела до японського «економічного дива». Ця стратегія передбачає прискорення економічного зростання за рахунок випереджаючого розвитку експортноорієнтованих виробництв. Періоди прискореного економічного розвитку якраз і виявляють мотиваційну роль грошей. Підприємці-новатори мають отримувати більше грошей. Держава, точніше, її монетарний регулятор, центральний банк, полегшує умови надання позик, щоб допомогти інноваторам наважитися і зробити рішучий крок у щось нове. Підприємці відокремили бажання заробити гроші від бажання витратити їх на задоволення реальних потреб. Завдяки насиченості економіки грошима держава вже досягла високого рівня монетизації, що свідчить про накопичені грошові багатства. Власники цього грошового багатства потребують нових напрямків інвестування, оскільки після вичерпання ідеологічного та мотиваційного потенціалу інтернетизації банківська та фінансова інфраструктура почала давати збій.

Низка криз (2001, 2008-2009, 2020) стала наслідком невідповідності між великим накопиченим грошовим багатством і відсутністю ідей для його вигідного інвестування. Такою вигідною інвестиційною ідеєю може стати відбудова України.

Ключові слова: *економічні кризи, монетарний регулятор, функції грошей, економічний розвиток*

The article is devoted to the formation of an economy in which there is a relative surplus of money. Excess money is seen as a consequence of the policy of quantitative easing, which was carried out by the central banks of developed countries. Peculiarities of growth in the ratio of money supply and gross domestic product for individual countries have been studied. It is shown that financing the reconstruction of Ukraine corresponds to the own economic interests of the donor countries, as it will help to correct certain systemic imbalances of monetary circulation in their economies. The dynamics of the ratio of the money supply to the manufactured product for different countries have been studied. It was found that the rapid accumulation of monetary wealth is associated with the acceleration of economic growth. It is proposed to direct such excessive accumulated monetary wealth to the reconstruction of Ukraine in order to prevent the formation of «soap bubbles» that led to the crises of 2001, 2008-2009, 2020, which were the result of a discrepancy between the large accumulated monetary wealth and the lack of ideas for its profitable investment.

Keywords: *economic crises, monetary regulator, functions of money, economic development*

Вступ та формулювання проблеми. Війна, що триває на території України, загострює не тільки суто військові та політичні сторони діяльності української держави та суспільства, але й економічні наслідки російської агресії. Серед них – проблема масштабних руйнувань українських міст та необхідності повоєнної відбудови. В українському суспільстві побутує думка, що країни Заходу допоможуть з фінансуванням. Але чи є у Заходу на це гроші? Наважимося стверджувати, що у західних країн грошей навіть більше, ніж достатньо. Більше того, фінансування відбудови України відповідає власним економічним інтересам країн-донорів, оскільки допоможе виправити певні системні дисбаланси грошового обігу у їхніх економіках. Висвітленню цього питання і присвячена ця стаття.

Огляд останніх публікацій та постановка задач дослідження. Проблеми монетизації економіки та монетарним інструментам регулювання присвячено безліч публікацій. Серед останніх найбільш релевантних темі дослідження слід назвати роботу С. Зенченко, В. Стрілковського, Л. Смутки, Т. Вацека, Я. Радюкової та В. Сутягіна [8], а також співробітника Міжнародного валютного фонду А. Чандраваркара [2]. Загалом, усі автори продовжують усталену традицію розглядати монетизацію економіки як потужний і у цілому корисний інструмент макроекономічного регулювання. Більше того, для країн, що розвиваються, зростання монетизації економіки розглядається як позитив, як передумова економічного зростання. Не заперечуючи думки про те, що зростання показника монетизації у країнах, що розвиваються, свідчить про наявність економічного розвитку, наважимося поставити під сумнів думку про те, що монетизація є причиною цього розвитку, а не його наслідком. Порядок причинно-наслідкових зв'язків особливо важливо розуміти у випадках, коли мова йде про використання грошей з метою стимулювання економічного розвитку. Відповідно, уточнення переліку функцій грошей у сучасній економіці та використання цього уточненого переліку для пояснення наявних тенденцій монетизації у національних економіках країн світу з метою використання цього досвіду для відновлення української економіки є задачами даного дослідження.

Основний зміст. Нобелівська премія угорського економіста радянської доби Яноша Корнаї була присуджена за доведення тези про те, що централізовано-планова економіка таки недосконала і, навіть системно хвора. Це був важливий поворотний момент не тільки у розумінні того, як функціонує економіка дефіциту з м'якими бюджетними обмеженнями [5], але і у тому, як соціалістична економічна система може добігти свого фіналу. Важливість такого висновку стосовно теорії економічних криз полягає у тому, що таким чином була зруйнована теоретична модель безкризовості ринкової економіки. До того часу сумнівна монополія на циклічні кризи належала виключно ринковій економіці (або, краще сказати, вважалося, що належала). Разом із міжнародним визнанням обґрунтованості критики економіки з м'якими бюджетними обмеженнями, яка у подальшому була впевнено підтримана фактом руйнування централізовано-планових економік колишніх соціалістичних держав Східної Європи, звинувачення соціалізму радянського зразка у нежиттєздатності стало практично аксіомою.

Менш цитованими є роботи Корнаї, написані та опубліковані у 1990-х рр., де він стримано критикує капіталістичну економіку, називаючи її економікою надлишку. Почасти така невелика популярність пояснюється об'єктивними причинами – змістовно Корнаї мало що додає до марксистського трактування причини надлишку та (за Марксом) неминучого руйнування капіталістичної економіки. Втім, сучасна макроекономіка, заснована на кейнсіанстві, вказуючи на відставання сукупного попиту від сукупної пропозиції, говорить, по суті, те ж саме. Проте, на нашу думку, був тут і апологетико-ідеологічний аспект, а саме, захист існуючої парадигми ринкової економіки. З того часу пройшло досить багато років і апологія ідей економічного лібералізму значно послабилася почасти через кілька доволі значних криз та депресій, через які пройшли провідні країни світу та й глобальна економіка у цілому, а почасти через зникнення ідеї-антипода (централізовано-планової економіки), за рахунок порівняння з якою можна було набирати переможні бали.

Сучасна ринкова економіка самим фактом свого існування довела, як мінімум, надмірну апокаліптичність марксистського прогнозу. Вона живе і трансформується. Проте, як показують кризи, що продовжують траплятися навіть у XXI ст., дисбаланси таки є, але, на нашу думку, зараз доцільніше говорити не про надлишок пропозиції товарів та послуг, а про відносний надлишок грошей. Звісно, використання слова «надлишок» не означає, що абсолютно кожна людина має цей надлишок, але кожна людина тією або іншою мірою відчуває його існування на собі.

Для того, щоб зрозуміти сутність цього надлишку, доведеться пригадати функції грошей у сучасній економіці. Кількість функцій грошей змінювалася разом зі змінами речовинної форми самих грошей. До них традиційно відносять міру вартості, засіб обігу та засіб заощадження. Така атрибуція грошей сформувалася у середині XX ст., але навряд чи її можна вважати фундаментальною і незмінною. Наприклад, К. Маркс у XIX ст. приписував грошам цілих п'ять функцій, частина з яких (наприклад, «золото як світові гроші») згодом просто втратила свою актуальність, почасти через зміну фізичної природи грошей, а почасти через зміну практики економічних взаємодій. Тобто перелік функцій грошей, як і будь-яку іншу класифікацію, слід розглядати не як цінність саму собою, а як інструмент аналізу.

З точки зору поведінської економіки гроші є інструментом мотивації суб'єкта до дії (або ж, коли треба, бездіяльності), тому дати більше грошей тому, хто візьме на себе ініціативу та ризик втілити нове, видається хорошою, продуктивною ідеєю. Власне, «політика дешевих грошей» якраз і базується на такому уявленні про роль грошей у економіці. І для випадку повоєнного відновлення економіки України це виглядає так: «Дайте нам грошей, а ми як відновимося! Дуже-дуже швидко, бо відчуватимемо, за що працюємо». Тобто, до переліку функцій грошей як засобу обігу, засобу нагромадження та міри вартості у сучасних умовах можна також додати гроші як регулятор економічної активності.

Стимулювання активності, зокрема, підприємницької, через можливість отримати більше грошей – характерна риса капіталістичної економіки. Це працювало у епоху великих географічних відкриттів, це працювало під час промислової революції, це працює і зараз. Принада у вигляді очікуваних прибутків спонукала підприємців бути ошадливими до скупості, авантюрними до відчайдушності, настирливими до нахабства. І усе це розглядалося суспільством як чеснота.

Кейнсіанська революція знаменувала собою визнання економічною наукою довершеного факту переходу від епохи масового виробництва до епохи масового споживання. У рамках кейнсіанського світосприйняття провідна роль змістилася з виробництва на витрачання: попит важливіший, ніж пропозиція, а інвестування важливіше, ніж заощадження. Не так важливо мати ресурс для створення продукту, як знайти суспільне визнання корисності створення продукту, яке в умовах ринкової економіки втілюється у попиту на цей продукт. Якщо ж суспільство не бажає (чи вже не бажає) цього продукту, то наявність потенційної можливості виробництва великого значення не має.

Проблема у тому, що у випадку натурального обміну є природний обмежувач кількості стимулу – фізичний обсяг товару, запропонованого на обмін, а для сучасних грошей, які мають кредитну природу, тобто є частиною

удаваної реальності за Ю.Н. Харарі [3], такого фізичного обмежувача не існує. Тому цілком можливе передозування, коли грошей стане настільки багато, що вони почнуть підпадати під дію закону спадної граничної корисності. Історичні приклади, пов'язані з надлишком грошей і наступною гіперінфляцією, підтверджують, що гроші можуть втрачати свою цінність значною мірою. Проте сучасні держави, як здається, вже усвідомили необхідність управління цінністю грошей та, нібито, навчилися робити це за допомогою інструментів грошово-кредитної політики. Втім, при більш ретельному розгляді світової історії інфляції, можна виявити, що вміння держави (а конкретно, монетарного регулятора у вигляді центрального банку) вправлятися з регулюванням цінності грошей усе ще залишається недосконалим.

Вважаючи, що цінність грошей важлива не сама по собі, а у зв'язку з тим, для чого вони використовуються, можемо уявити, що повзуча інфляція навіть найбільш, здавалося б, базових і твердих світових валют (американського долара, британського фунта, євро) є свідченням певної втрати бачення того, для чого потрібні гроші і, відповідно, скільки грошей потрібно у економіці. Або ж бачення є, але фізичної можливості привести кількість грошей у відповідність до їхніх функцій чомусь немає.

Показником наявності проблеми у грошовому забезпеченні функціонування світової економіки може слугувати динаміка співвідношення грошової маси до виробленого продукту (рис. 1), причому якщо у випадку окремої країни завжди можна підшукати яесь правдоподібне пояснення, яке заперечить закономірний характер зростання цього співвідношення, то агреговані показники для усіх країн у цілому дозволяють позбавитися впливу випадкових факторів за рахунок укрупнення вибірки та дії «закону великих чисел».

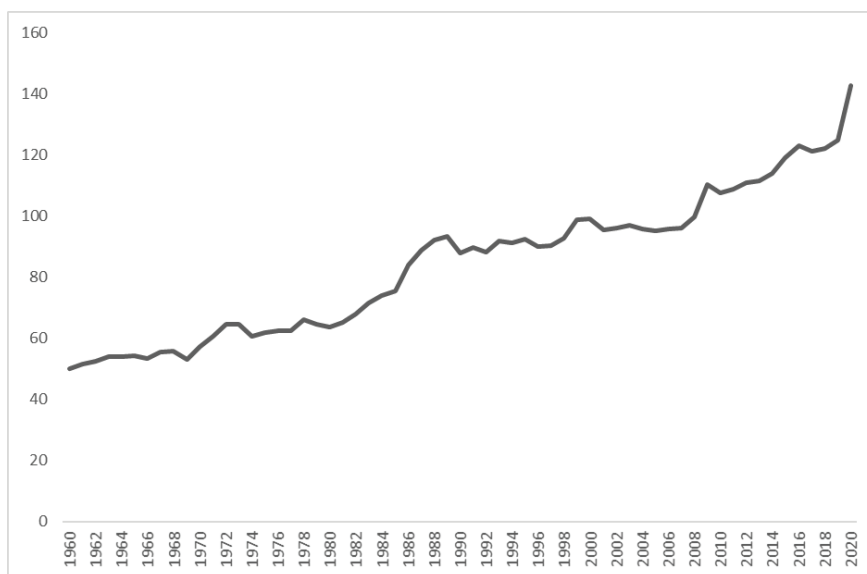


Рис. 1. Співвідношення грошової маси (у широкому розумінні) до світового валового продукту, %
(Складено авторами за даними [7])

Втім, і дані по окремих вибраних країнах також надають інформацію для роздумів. Судячи з інформації, наданої Світовим банком, у групі менш розвинених країн це співвідношення у цілому значно нижче, ніж у розвинених країн. Абсолютними ж рекордсменами є країни-торговельні прокладки (наприклад, Гонконг). У табл. 1 наведені дані по співвідношенню грошової маси до ВВП по окремих країнах та групах країн.

Таблиця 1

Співвідношення грошової маси до ВВП, % *

Країна або група країн	Рік							
	1960	1970	1980	1990	2000	2010	2015	2020
Країни з високим доходом	55.29	64.45		98.55	109.26	117.78	117.07	142.56
Країни з доходом вище середнього			28.73	41.85	70.18	107.24	142.27	167.40
Країни з середнім доходом		25.71	31.59	42.18	64.11	94.77	122.80	144.11
Країни з низьким доходом		14.16	18.31	20.12	17.06	22.40	24.55	
Бідні країни з великим боргом		15.60	20.03	21.07	19.53	26.17	29.67	39.48
Норвегія	51.19	51.02	48.29	57.71	48.05	58.90	58.51	77.26
Швеція	54.44	50.18	50.41	41.64	37.78	61.83	65.95	87.72
Україна					17.95	53.35	49.99	43.82
США	60.05	65.40	69.51	71.22	68.51	84.85	88.98	110.64
Японія	50.66	101.47	139.81	185.62	229.08	215.34	233.41	281.30
КНР			36.43	77.79	135.58	176.13	202.11	211.89
Гонконг (КНР)					224.39	315.26	365.59	454.72
Макао (КНР)				117.69	156.19	107.55	131.45	340.39
Світ	49.99	57.31	63.83	87.93	99.20	107.56	119.04	142.87

* Складено авторами за даними [7].

За даними таблиці можна помітити кілька відповідностей, які, на нашу думку, варті уваги:

1. По усіх країнах спостерігається поступове збільшення співвідношення грошової маси до ВВП. Поодинокі відхилення (наприклад Швеція у 1990-х рр.) своєю винятковістю, скоріше, не руйнує, а підкреслює цю закономірність. Тим більше, що у наступні десятиріччя Швеція цілком надолужила згаяне.

2. Темпи зростання досліджуваного показника у розвинених країнах у цілому близькі до середньосвітових, хоча і тут є свої відхилення. Наприклад, Японія за цим показником значно перевершує середній по групі рівень у той час як скандинавські країни залишаються нижче середнього.

3. У бідних країнах, які характеризуються низькими темпами економічного зростання, співвідношення грошової маси до ВВП залишається доволі низьким. Причому, на нашу думку, провідну роль тут відіграє не стільки низький дохід на душу населення, скільки низькі темпи економічного зростання. Сюди ж, доречі, потрапляє і Україна.

4. По групі країн з середнім рівнем подушового доходу (а особливо, з доходами «вище середнього») співвідношення суттєво вище за

середньосвітовий рівень. І знову ж таки, на нашу думку, більше значення має не досягнутий до 2020 року рівень подушового доходу, а швидкість економічного зростання у попередні роки, яке і вивело країни на цей рівень доходу. Непрямим свідченням на користь цієї гіпотези є факт, що та ж Японія найпомітніше збільшила насиченість економіки грошима саме у період активного економічного зростання у 1950-х – 1970-х рр., у той час як у наступні десятиріччя цей показник зростав повільніше, принаймні, у відсотковому значенні.

5. Особливо помітним є зростання співвідношення грошової маси до ВВП у країнах Далекого Сходу, які взяли за приклад стратегію, що призвела до японського «економічного дива». Ця стратегія передбачає прискорення економічного зростання за рахунок випереджаючого розвитку експортоорієнтованих галузей. Як правило, при успішному розвитку цієї стратегії за рахунок вітчизняних інвестицій відбувається швидка диференціація галузей національного господарства з виділенням значно багатших експортоорієнтованих із загальної маси інших галузей. Серед зазначених у таблиці до цієї категорії крім, власне, Японії можна віднести Китай з його економічними посередниками-сателітами, Гонконгом і Макао. Також це стосується Республіки Корея, яка не потрапила до таблиці, та деяких інших країн.

На нашу думку, якраз цей регіон дає підказку до побудови гіпотези, яка може пояснити відзначені закономірності групування країн за показником зростання індексу «грошова маса/ВВП». Традиційно консервативні суспільства далекосхідних країн, доволі замкнені та нерідко ксенофобські, зациклені на традиціоналізмі, для досягнення стану «нові багаті країни» (на відміну від «старих багатих країн» Європи та Північної Америки) були змушені вилзти зі своєї мушлі. Очевидно, такий злам традицій вимагав екстраординарних зусиль від суспільства, а точніше, від тих його членів, які стали проводирями усього нового. Надзвичайні зусилля вимагають, очевидно, надзвичайних стимулів, а у випадку економічної діяльності – надзвичайної винагороди, надзвичайних прибутків.

Періоди прискореного економічного розвитку якраз і виявляють мотиваційну роль грошей. Для того, щоб спонукати суб'єкта до якісно нової активності, треба дати йому більше грошей. Така ідея, у принципі, досить добре пояснює, чому під час економічних проривів, які діагностуються як підвищувальна фаза довготермінового циклу, відбувається зростання доходів водночас зі збільшенням майнової диференціації. Тобто від економічного зростання багаті у цілому виграють більше, ніж бідні. Тому є багато історичних прикладів: Великі географічні відкриття, які зробили деяких іспанців та португальців казково багатими, залишивши основну масу населення таким же бідним, як і до того; Промислова революція у Англії, на якій дехто став багатим фабрикантом, а хтось став пролетарем; комп'ютеризація та інтернетизація кінця ХХ – поч. ХХІ ст., на якій хтось у США став мультимільярдером, але матеріальне становище пересічного американця порівняно з 1980-ми рр. так і не покращилося.

На перший погляд, ідея використання грошей для підтримки та стимуляції економічного зростання виглядає доволі прозорою та однозначною: дати

більше грошей тим, хто приймає ризиковані, але необхідні рішення, іншими словами, підприємцям, шумпетеріанським руйнівникам-креаторам. Тоді вони, стимульовані жагою наживи, подолають колишню інерцію та лінощі, розгорнуть бізнес-активність, від чого виграє економіка і суспільство у цілому.

Але насправді не усе так просто. Для того, щоб підприємці-новатори отримали більше грошей, хтось повинен віддати більше грошей. А з точки зору теорії перспектив Д. Канемана та А. Тверські [4], це означає, що загальна сума щастя у суспільстві неминуче зменшиться, бо рівень розчарування тих, хто віддає гроші, переважить рівень задоволення тих, хто ці гроші отримає. Тобто, маємо глухий кут прогресу, коли більшість людей прогресом і економічним зростанням незадоволена навіть тоді, коли у цілому, суто об'єктивно, відбувається зростання рівня матеріального добробуту.

Оскільки стимулювання інноваційної активності одних суб'єктів за рахунок прямих витрат інших суб'єктів – не варіант, то держава, а точніше, її монетарний регулятор, центральний банк, полегшує умови надання кредитів для того, щоб допомогти новаторам наважитися і зробити рішучий крок у нове. Причому стосується це не лише підприємців, які мають започаткувати новий бізнес або кардинально змінити на краще вже існуючий, але і споживачів, аби простимулювати попит. Втім, попит і пропозиція, споживання і виробництво у сучасній ринковій економіці настільки тісно пов'язані, що гроші все одно концентруються невдовзі у руках тих, хто має більші доходи, переважно, у руках власників активів. Власне, оцей процес ми і бачимо як зростання співвідношення «грошова маса/ВВП».

Стосовно «старих багатих країн» також вірно, що гроші виконують спонукальну функцію, але через відносно кращу прогнозованість результатів підприємницької активності підготовувати підприємців грошима доводиться менше. Власне, це ми і бачимо у повільнішій динаміці зростання співвідношення грошової маси до ВВП.

Таким чином, гроші виконують функцію стимулу до бізнесової активності. У цьому висновку немає нічого нового, як мінімум, з часів меркантилізму. Власне, ще «Дослідження про природу» Адама Сміта пропонує ідею, яка є наріжною для сучасної економічної теорії, що людина має безмежні потреби, які задовольняє, працюючи задля задоволення потреб інших людей. І оскільки у товарно-грошових відносинах гроші виступають посередником при обміні результатів праці, то бажання заробляти гроші є похідним від бажання задовольняти свої потреби. Відповідно, відриву сфери грошового обігу від сфери виробничої і споживчої активності не відбувається. Принаймні, у теорії.

На практиці ж отримання грошей стає цінним саме собою, без відповідності якимось реальним потребам. З одного боку, це навіть добре, оскільки якщо б відриву грошових доходів від потреб підприємців не відбулося, то з урахуванням закону спадної граничної корисності слід було б очікувати гальмування бізнесової активності у міру зростання бізнесів і бізнеси, відповідно, не зростали б вище певного рівня. Відрив же бажання заробляти гроші від реальних потреб власника бізнесу прибирає цей природний обмежувач розміну бізнесу і дозволяє виникнення великого

бізнесу з позитивними ефектами масштабу та іншими позитивними моментами. З іншого боку, це стає проблемою, оскільки заробляння грошей, перетворене у своєрідний спорт, вимагає нових рекордів. Тобто, бізнес почав вважатися нормальним лише тоді коли він зростає. А це пастка.

Стійке економічне зростання можливе лише за умови ідейного наповнення зростання. Причому як з боку виробництва, так і з боку споживання. Тобто, потрібне ідейне наповнення мотивації до інвестування. А от з цим зараз є певні проблеми. Справа у тому, що попередня підвищувальна фаза довгої хвилі, яка тривала приблизно з 1982 по 2007, рік вже закінчилася. Вона була зумовлена тотальною комп'ютеризацією, а згодом і інтернетизацією робочих місць. Відповідно, принцип був простий: маєш гроші – вкладай у комп'ютери та ІТ. Маючи таку канву, інвестори могли досить впевнено відшукувати ніші для прибуткового вкладення грошей.

Після вичерпання ідейно-мотиваційного потенціалу інтернетизації банківська та фінансова інфраструктура почала давати збої. Першою ластівкою була нині ґрунтовно підзабута криза доткомів 2001 року, після якої венчурний капітал перекинувся у сферу фінансових спекуляцій. Це вилилося у кризу іпотечного кредитування 2008-2009 рр., яка, втім, до іпотечного кредитування мала лише непряме відношення, бо насправді була кризою багатоповерхових деривативів, виникнення яких було не те щоб технічно неможливим, але занадто трудомістким без комп'ютеризації фінансів та роботизації торгів. Тож знову без «священної цифрової корови» не обійшлося. Наступне десятиріччя стало десятиріччям кількісних пом'якшень у грошовій сфері, доведених до абсурду навіть з точки зору посткейнсіанства – реальні процентні ставки впали до від'ємних значень. Це ще збільшило нависаючий козирок ідейно незабезпечених інвестиційних коштів, який частково розрядився у 2020 році. І хоча небезпеку коронавірусної хвороби заперечувати ми не збираємося, але глибина падіння світової економіки була просто неспівставною з реальними загрозами. Спалахи коронавірусів траплялися і раніше, у тому числі і більш смертельних штамів, але до якогось помітного гальмування світової економіки у 2004-2005 рр. це не призвело. Фігурально висловлюючись, економіка впала через коронакризу тому, що вже давно підшукувала через що впасти.

Але стратегічний брак ідейного наповнення інвестиційного процесу нікуди не подівся. Великі гроші, як і раніше, нікуди вкладати. Тому так тривожно звучать новини про банкрутство американських Signature Bank та Silicon Valley Bank, які якраз і спеціалізувалися на інвестиціях у комп'ютерній сфері та операціях із криптовалютами [6]. І це далеко не єдині банки, які почали відчувати проблеми. Та ж біда, хоча і не доведена до банкрутства, у Credit Suisse bank.

Час покаже, чи переросте це у масштабну кризу. Але вже зараз ясно, що без формоутворюючої ідеї гігантських капіталовкладень з майже гарантованою прибутковістю фінансовий капітал так і буде вигадувати собі пісочницю за пісочницею кожного разу «радуючи» світ черговою кризою. І це, здавалося б, непогані новини для України, бо це означає, що грошей на повсюдну відбудову у світі більш ніж достатньо. Але одночасно це і застереження, бо можливість насичувати недомонетизовану економіку

грошима – це вичерпний ресурс. Тож пускаючи іноземний капітал, пам’ятаймо, що перш ніж застосовувати грошовий допінг, треба мати ідею. А краще, цілісний план створення новітньої економіки України. Інакше і цей наш ресурс буде розтринькано дурно.

Висновки. Таким чином, доведено, що розширення переліку функцій грошей за рахунок введення функції стимулювання ділової активності дозволяє розглянути процеси монетизації національної економіки як намагання монетарного регулятора подолати відносний брак ділової активності через дефіцит підприємницьких ідей. Хоча у короткотерміновій перспективі це може спрацювати, але на довгих часових інтервалах перенасиченість грошима призводить до надлишку грошей і систематичному утворенню економіки мильних бульок. Інвестування у економіку України може стати такою стабілізуючою ідеєю для підтримання стабільності економік західних країн.

Список використаної літератури

1. Asset total in 2023 bank failures catching up to 2008 // S&P Global Market Intelligence. URL: вільний: <https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/news-insights/latest-news-headlines/asset-total-in-2023-bank-failures-catching-up-to-2008-74744994>
2. Chandavarkar, Anand G. (1977). Monetization of developing economies. IMF Staff Papers 24 (November): 665-721.
3. Harari, Yuval N. (2015). *Sapiens : a brief history of humankind*. New York :Harper.
4. Kahneman, Daniel; Tversky, Amos (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*. 47 (2): 263–291.
5. Kornai, J. (1980). *Economics of Shortage*, North-Holland.
6. Number of Cryptocoins. URL: <https://www.statista.com/statistics/863917/number-crypto-coins-tokens/>
7. The World bank. Data. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/FM.LBL.BMNY.GD.ZS?end=2020&start=1960&view=chart>
8. Zenchenko, Svetlana, Wadim Strielkowski, Luboš Smutka, Tomáš Vacek, Yana Radyukova, and Vladislav Sutyagin. (2022). “Monetization of the Economies as a Priority of the New Monetary Policy in the Face of Economic Sanctions” *Journal of Risk and Financial Management* 15, no. 3: 140.

References

1. Asset total in 2023 bank failures catching up to 2008. S&P Global Market Intelligence. URL: <https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/news-insights/latest-news-headlines/asset-total-in-2023-bank-failures-catching-up-to-2008-74744994>
2. Chandavarkar, Anand G. (1977). *Monetization of developing economies*. IMF Staff Papers 24 (November): 665-721.
3. Harari, Yuval N. (2015). *Sapiens : a brief history of humankind*. New York: Harper.

4. Kahneman, Daniel; Tversky, Amos (1979). *Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk*. *Econometrica*. 47 (2): 263–291.
5. Kornai, J. (1980). *Economics of Shortage*, North-Holland.
6. *Number of Cryptocoins*. URL: <https://www.statista.com/statistics/863917/number-crypto-coins-tokens/>
7. *The World bank*. Data. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/FM.LBL.BMNY.GD.ZS?end=2020&start=1960&view=chart>
8. Zenchenko, Svetlana, Wadim Strielkowski, Luboš Smutka, Tomáš Vacek, Yana Radyukova, and Vladislav Sutyagin. (2022). *Monetization of the Economies as a Priority of the New Monetary Policy in the Face of Economic Sanctions*. *Journal of Risk and Financial Management* 15, no. 3: 140.

SURPLUS MONEY ECONOMY

Sergii V. Kuzminov, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).

E-mail: kuzminov@duan.edu.ua

Alisa S. Maghdich, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).

E-mail: engprog@duan.edu.ua

Svitlana O. Gerashchenko, Dnipro University of Technology, Dnipro (Ukraine).

E-mail: gerashchenko75@gmail.com

DOI: 10.32342/2074-5362-2023-1-34-3

Keywords: *economic crises, monetary regulator, functions of money, economic development*

The article is devoted to the formation of an economy in which there is a relative surplus of money. Excess money is seen as a consequence of the policy of quantitative easing, which was carried out by the central banks of developed countries. Peculiarities of growth in the ratio of money supply and gross domestic product for individual countries have been studied. It is shown that financing the reconstruction of Ukraine corresponds to the own economic interests of the donor countries, as it will help to correct certain systemic imbalances of monetary circulation in their economies. This imbalance is embodied in a relative surplus of money. This surplus is of a different nature than that implied by the quantity theory of money. From the point of view of behavioral economics, money is a tool for motivating the subject to action (or, when necessary, inaction). Stimulation of activity, in particular, entrepreneurial activity, due to the opportunity to get more money is a characteristic feature of the capitalist economy. Considering that the value of money is important not in itself, but in relation to what it is used for, we can imagine that the creeping inflation of even the most seemingly basic and solid world currencies (the US dollar, the British pound, the euro) is evidence of a certain loss of vision of what money is needed for and, accordingly, how much money is needed in the economy. The dynamics of the ratio of the money supply to the manufactured product can serve as an indicator of the existence of a problem in the monetary supply of the functioning of the world economy. A gradual increase in the ratio of money supply to GDP is observed in all countries. The rate of growth of this indicator in developed countries is generally close to the world average. In poor countries characterized by low rates of economic growth, the ratio of money supply to GDP remains quite low. Moreover, in our opinion, the leading role here is played not so much by low per capita income as by low rates of economic growth.

According to the group of countries with an average level of per capita income (and especially, with “above average” incomes), the ratio is significantly higher than the world average level. The growth of the ratio of money supply to GDP is especially noticeable in

the countries of the Far East, which took as an example the strategy that led to the Japanese “economic miracle.” This strategy involves the acceleration of economic growth at the expense of the preemptive development of export-oriented industries. Periods of accelerated economic development precisely reveal the motivational role of money. Entrepreneurs-innovators should receive more money. the state, or rather, its monetary regulator, the central bank, facilitates the conditions providing loans to help innovators dare and take a decisive step into something new. Entrepreneurs have separated the desire to earn money from the desire to spend to meet real needs. Due to the saturation of the economy with money, the state has already reached a high level of monetization, which indicates accumulated monetary wealth. The owners of this monetary wealth need new directions of investment, because after the ideological and motivational potential of Internetization was exhausted, the banking and financial infrastructure began to fail.

A series of crises (2001, 2008-2009, 2020) was the result of a mismatch between the large accumulated monetary wealth and the lack of ideas for its profitable investment. Reconstruction of Ukraine can become such a profitable investment idea.

Одержано 20.04.2023.

УДК 658.3:159.9

DOI: 10.32342/2074-5362-2023-1-34-4

Г.Я. МИТРОФАНОВА,
*доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри
інноваційного менеджменту та фінансової аналітики
Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро (Україна)*
<https://orcid.org/0000-0002-8944-143X>

О.А. ЄВТУШЕНКО,
*кандидат економічних наук, доцент кафедри
інноваційного менеджменту та фінансової аналітики
Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро (Україна)*
<https://orcid.org/0000-0001-5357-3142>

СТРУКТУРНІ СКЛАДОВІ ПРОФЕСІЙНОЇ МОТИВАЦІЇ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ У КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА-ЛІДЕРА

У статті розглянуто теоретичні засади тлумачення категорії «мотивація», здійснено систематизацію підходів до визначення мотивації, а саме визначено 3 групи відмінностей у сучасному трактуванні категорії «мотивація». Перша відмінність у сприйнятті категорії «мотивація» зумовлена тим, що мотивація досліджується, з одного боку, як психологічна функція, у з іншого - як управлінська. Перший підхід вважаємо за доцільне назвати психологічним (когнітивним), а другий управлінським (інструментальним). Друга відмінність полягає у тому, що різні автори у психологічних дослідженнях по різному групують визначення мотивації. Третя відмінність полягає у різній ієрархії понять «мотивація» та «мотив» у різних тлумаченнях. Перша категорія авторів пропонує розуміти «мотивацію» як вторинне явище стосовно мотиву. У цьому випадку мотив виступає як екзогенний фактор, який дається людині у готовому вигляді, а мотивація як ендогенний фактор, який проявляється як процес регуляції діяльності за допомогою мотиву. Друга категорія акцентує увагу на тому, що мотиви вторинні.

Обґрунтовані структурні складові мотивації професійного становлення майбутніх менеджерів за рахунок деталізації складових (потреб, ціннісних орієнтацій, когнітивного контролю, професійних намірів, мотивів, цілей). Представлено результати емпіричного дослідження професійної мотивації майбутніх менеджерів в Університеті імені Альфреда Нобеля на основі тесту професійного особистісного типу Холланда. При аналізі даних було виявлено, що переважними типами діяльності для студентів, які обрали менеджмент як майбутній напрям професійного спрямування є Артистичний, Соціальний та Підприємницький. Такий набір стилів діяльності повністю відповідає вимогам ринку праці та сучасного бізнесу.

Ключові слова: мотивація, професійна мотивація майбутніх менеджерів

The article examines the theoretical foundations of interpreting the category of «motivation» and systematizes approaches to defining motivation, specifically identifying three groups of differences in the contemporary interpretation of the category. The first difference in the perception of the category of «motivation» is due to the fact that motivation

is explored as both a psychological function and a managerial function. We consider the first approach as psychological (cognitive) and the second as managerial (instrumental). The second difference lies in the fact that different authors group the definitions of motivation differently in psychological research. The third difference lies in the different hierarchy of concepts between «motivation» and «motive» in various interpretations. The first category of authors suggests understanding «motivation» as a secondary phenomenon in relation to the motive. In this case, the motive is seen as an exogenous factor given to a person in a ready-made form, while motivation is seen as an endogenous factor manifested as a process of activity regulation through the motive. The second category emphasizes that motives are secondary.

The structural components of motivation for the professional development of future managers are substantiated through the detailed analysis of components (needs, value orientations, cognitive control, professional intentions, motives, goals). The results of an empirical study on the professional motivation of future managers at the Alfred Nobel University are presented based on the Holland's Vocational Personality Test. Data analysis revealed that the predominant types of activities for students who chose management as their future professional direction are Artistic, Social, and Entrepreneurial. This combination of activity styles fully corresponds to the requirements of the job market and modern business.

Keywords: *motivation, professional motivation of future managers*

Постановка проблеми. Експерти команди центру Геллапа вивчили понад 2,7 мільйона працівників у понад 100 000 командах на предмет рівня мотивації до роботи. Були опитані люди з різних сфер діяльності, різних організацій, співробітників різних компаній по всьому світу. Співробітникам були задані питання, які дозволяють визначити рівень залученості та лояльності працівників до компаній. Результати виявились невтішними. Тільки 37% респондентів мають чітке уявлення про те, яких цілей намагається досягти компанія, чітко розуміють, що таке довгострокові цілі компанії та розуміють, чому вони намагаються досягти певних цілей. 9% співробітників відповіли, що у них є чіткі і вимірювані цілі. 20% співробітників мають чітке уявлення про взаємозв'язок між своїми завданнями та цілями своєї команди і компанії, також вони розуміють наскільки їхня робота актуальна і сприяє команді та організації у досягненні поставлених цілей. 20% співробітників захоплені цілями та організацією своєї команди. Тільки 10% співробітників заявили, що у їхній організації є співробітники, відповідальні за результат. Такі відповіді демонструють достатньо низький рівень залученості персоналу в діяльність організації, який у середньому в світі досягає усього 21%. Й це є суттєвою проблемою для бізнесу, оскільки залученість працівників прямо пов'язана з мотивацією та ентузіазмом працівників на робочому місці [1].

Аналіз наведених результатів дає можливість зрозуміти, що більшість керівників, фактично, не можуть виконувати свій обов'язок на належному рівні та впоратися з роллю лідерів, яка від них очікується. Час механістичних підходів, коли організації розглядали працівників, виключно, як ресурс, йде в минуле. Організації повинні думати про людину в цілому, а не лише, як про працівника. Це покладає велику відповідальність на менеджерів організацій.

Крім того, лідери різного рівня зараз стикаються з унікальним збігом криз, який має зовсім інші масштаби. Підкреслюється, що організаціям потрібні нові підходи для розбудови стійкості, необхідної у відповідь на поточні виклики, передбачення, щоб передбачити наступний раунд збоїв, і здатність до адаптації, яка створить основу для успішного зростання [2].

У таких умовах народжується нова генерація керівників-лідерів. Питання формування саме таких менеджерів, які будуть здатні ефективно працювати у відповідь на вимоги ринку праці, гостро стоїть перед закладами вищої освіти, що займаються підготовкою управлінських кадрів. У нашому дослідженні ми намагаємось знайти відповідь на питання, наскільки відповідають здобувачі вищої освіти, які навчаються професії менеджера, сучасним уявленням про ефективних керівників-лідерів, наскільки вмотивованим є вибір цими здобувачами майбутньої професії та які особливості професійної мотивації їм притаманні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На важливість мотивації, як структурної, так і процесної складової, у професійному становленні майбутніх менеджерів вказують багато авторів, які займаються цією проблематикою. Методологічні основи дослідження мотивації були закладені рядом зарубіжних вчених – Дж. Аткинсоном, В. Врумом, Ф. Герцбергом, Д. Мак-Клеландом, А. Маслоу, Е. Мейо, М. Месконом, Ф. Тейлором, А. Файолем та ін. Дослідженнями мотивації займалися такі вчені як В. Асеев, В. Войтко, Р. Гарднер, Дж. Девіс, М. Дригус, А. Дусавицький, В. Ковальов, А. Маркова, В. Мерлін, О. Скрипченко, Н. Юдіна та інші. Психологічні аспекти мотивації досліджувались у роботах Л. Божовича, Дж. Брунер, В. Вілюнаса, Є. Ільїна, В. Климчука, Ф. Подшивайлова, А. Реана, С. Рубінштейна, Х. Хекхаузена, П. Якобсона та інші.

Різні аспекти мотивації професійного становлення майбутніх менеджерів розглядаються у наукових працях Т. Березюк, Ж. Вірної, Л. Гончар, Н. Зінчук, М. Діденко, **О. Дробот**, Л. Карамушка, М. Курчак, Г. Лоїк, М. Москальової, Т. Погорєлова, О. Притули, А. Саліло, О. Саркісової, В. Хромової, О. Черчик та ін.

Проте, важливим для аналізу залишається питання, наскільки вмотивоване рішення про обрання майбутньої професії менеджера впливає на професійні якості керівників, яких отримає бізнес, а також, які саме особливості професійної мотивації притаманні здобувачам – майбутнім менеджерам.

Постановка завдання. Метою статті є теоретичний аналіз категорії «мотивація», систематизація основні відмінностей у його трактуванні, аналіз складових професійної мотивації, а також висвітлення результатів емпіричного дослідження професійної мотивації майбутнього менеджера.

Виклад основного матеріалу дослідження. Хороший керівник сьогодні – це керівник, який вміє надихнути своїх підлеглих на роботу з максимальною самовіддачею. У Ноеля Тічі, який написав відому книгу «Двигун лідерства», визначається наступна роль керівника-лідера: «Найголовніше випробування лідера - це не геніальні рішення і рішучі дії, а те, наскільки він зможе навчити інших бути лідерами і побудує організацію так, щоб вона залишалася успішною навіть без його участі» [3].

Але не завжди керівники знають, як можна вирішити цю задачу. Дослідження, яке проведено центром Геллапа показує, що для цього менеджери повинні переглянути свою роль, втягнутися у процес наставництва, поставитися до нього серйозно і не шкодувати свій час для того, щоб співробітники краще бачили зв'язок між їх роботою і цілями організації, щоб

вони стали більш захоплені цими цілями, бачили чіткі і вимірювані цілі у роботі команди. Лідери повинні звернути увагу на оцінювання працівниками рівня свого благополуччя; благополуччя працівників повинно стати одним з індикаторів системи мотивації роботодавця. Результатом буде підвищення залученості та лояльності працівників до організацій у довгостроковій перспективі.

Заклади вищої освіти, які готують майбутніх фахівців у сфері управління повинні враховувати нові вимоги до керівників при побудові своїх освітніх програм, а також аналізувати та враховувати особливості професійної мотивації студентів, які здобувають професію менеджера. Проблема професійної мотивації у даний час має особливе значення тому, що ставлення до майбутньої професії, правильна і ефективна мотивація є вкрай важливими факторами, які визначають успішність оволодіння відповідними навичками.

Якщо говорити про мотивацію, то треба зауважити, що мотивація є одним з найбільш складних для аналізу факторів. Не зважаючи на велику кількість сучасних досліджень з теорії мотивації, автори не дійшли згоди відносно єдиного визначення мотивації, а також характеру взаємозв'язку між мотивом та мотивацією: що є первинним, а що похідним. Є певні неоднозначності трактування й інших понять, які пов'язані з мотивацією.

У стародавніх грецьких філософів можна знайти перші роздуми про сутність мотивації. За словами Аристотеля, людські прагнення завжди пов'язані з певною метою, яка виникає у формі образу або думки про об'єкт, який має позитивне або негативне значення для організму. Крім того, прагнення визначаються потребами і пов'язаними з ними відчуттями задоволення або незадоволення, які виконують функцію сигналізації про придатність або непридатність даного об'єкта для життя організму [4].

У своїй роботі «Дослідження про природу і причини багатства народів», видатний представник класичної політекономії Адам Сміт також розглядав питання мотивації. Він вважав прямий економічний інтерес основною причиною мотивації людини, яка проявляється у її прагненні до максимального збагачення та поліпшення особистого добробуту [5, С. 39].

Матеріалісти кінця XVIII ст. Е. Кондильяк, П. Гольбах та інші пов'язували потреби із станом неспокою, який викликається відсутністю речей, що задовольняють потреби людей. Тобто, рушійною силою бажань та прагнень, волі, розумової активності людини виступають потреби [4].

Щодо виникнення терміну «мотивація», то він був вперше вживаний А. Шопенгауером. Сучасне бачення категорії «мотивація» має в основі бажання задовольняти потреби особистості. Але ці потреби не завжди мають матеріальний характер.

Мотивація іноді розглядається як джерело активності людини, яке побудоване на потребах та спонукальних силах, що спонукають до певної діяльності або поведінки. Вона пов'язана з задоволенням окремих потреб, що активізують та стимулюють людину, спрямовуючи її дії до досягнення поставленої мети. Мотивами можуть бути ідеали, інтереси, соціальні установки та цінності.

Зважаючи на численність різних сучасних підходів до розуміння мотивації спробуємо систематизувати їх основні відмінності.

Перша відмінність, яку ми визначимо, полягає у тому, що категорію «мотивація» розуміють у двох різних аспектах, а саме: як внутрішній стан особистості та як функцію менеджменту, завданням якої є формування у персоналу певного рівня необхідності працювати [6]. Перший підхід вважаємо за доцільне назвати психологічним (когнітивним), а другий управлінським (інструментальним). У першому випадку ми досліджуємо мотивацію як психологічну функцію, у другому – як управлінську функцію.

За першим підходом, мотивація — це психофізіологічний процес, який під дією зовнішніх або внутрішніх факторів, стимулює у людей бажання займатися тією чи іншою діяльністю [7].

Мотивація може бути розглянута з економічного погляду як здатність та готовність працівника вкласти максимальні зусилля для досягнення цілей підприємства, за умови, що це буде задовольняти його власні потреби.

На думку М. Демідової поняття мотивації слід трактувати як процес спонукання працівників підприємств до використання набутих в практичній сфері навичок з метою задоволення будь-яких потреб та досягнення певних цілей [8].

У термінологічному словнику з основ підготовки наукових та науково-педагогічних кадрів післядипломної педагогічної освіти наводиться наступне визначення терміну «мотивація», де поєднуються й управлінська, й психологічна функція: найважливіший фактор підвищення ефективності діяльності, процес особистого зацікавлення у розв'язанні власних проблем, поставлених задач та досягненні бажаних цілей [9].

Друга відмінність полягає у тому, що різні автори у психологічних дослідженнях по різному групують визначення мотивації. Ф. Подшивайлов пропонує усі визначення поділити на дві групи: перша розглядає мотивацію із структурних позицій як сукупність чинників або мотивів, що спонукає до активної діяльності для досягнення значущих цілей; друга група включає визначення, які характеризують мотивацію не як статичне, а як динамічне утворення, як процес або механізм [10, с.23-24].

Ю. Арабаджи, І. Дашко акцентують увагу на структурних чинниках та визначають мотивацію в загальному розумінні як сукупність зовнішніх і внутрішніх рушійних сил, що спонукають людину до відповідальної діяльності [4].

Ф. Подшивайлов наполягає на тому, що мотивація є динамічним процесом «конкретизації, усвідомлення потреби, виникнення бажання, утворення мотиву та формування наміру здійснити задоволення потреби» [10, с. 26].

Деякі автори наголошують на необхідності аналізу двох підходів: структурного та динамічного. Так, М. Полюк визначає мотивацію як «динамічний процес психологічного та емоційного відношення людини до ефективного досягнення поставлених перед нею завдань, що формується на основі певних потреб, мотивів та стимулів» [5, С. 48-51]. Даного підходу притримуються також більшість іноземних науковців.

Третя відмінність полягає у різній ієрархії понять «мотивація» та «мотив» у різних тлумаченнях. Перша категорія авторів пропонує розуміти «мотивацію» як вторинне явище стосовно мотиву. У цьому випадку мотив

виступає як екзогенний фактор, який дається людині у готовому вигляді, а мотивація як ендогенний фактор, який проявляється як процес регуляції діяльності за допомогою мотиву. Друга категорія акцентує увагу на тому, що мотиви вторинні, тобто, мотивація і мотив – взаємозв'язані, взаємообумовлені психічні категорії, і що мотиви дії формуються на базі певної мотивації [10, с.25].

Згідно з трактуванням С. Гончаренко в українському педагогічному словнику мотивація розуміється як система мотивів, або стимулів, що спонукає людину до конкретних форм діяльності або поведінки [11]. Це приклад мотивації як екзогенного фактору. В Oxford Dictionary поняття мотивація розуміють як причину або причини для певних дії або поведінки, тобто ендогенний фактор [12].

На наш погляд, зважаючи на такі відмінності поняття «мотивація» буде залежати від сфери використання. Відповідно до визначених відмінностей у нашому дослідженні професійну мотивацію будемо розглядати, з одного боку, як динамічний процес, з іншого боку – як внутрішній стан особистості, який є спонукальним механізмом активності людини.

Професійна мотивація покликана підвищити професійні здібності, необхідні для професійної діяльності. У зарубіжній психології професійна мотивація, що розглядається як процес актуалізації імпульсів, відображає особливості когнітивних механізмів формування прагнення до самореалізації у професійній діяльності, її якісна реалізація. У практиці нашої психології процеси професійного самовизначення, фактори вибору професії, її прийняття, прагнення до підвищення якості професійної діяльності розглядаються як основні механізми формування професійних мотивів.

Професійна мотивація – це також процес визначення поведінки і діяльності, який може бути обумовлений внутрішніми (психічними і психофізіологічними) і зовнішніми (професійними, соціальними, екологічними та економічними) факторами [13].

Значного поширення набув розгляд професійної мотивації з точки зору системного підходу. Аналіз різних наукових джерел дає підстави сформулювати наступний перелік структурних складових професійної мотивації: потреба (професійна схильність, покликання), ціннісні орієнтації, когнітивний контроль (воля, вольові зусилля), професійні наміри, мотиви, цілепокладання [14].

Потреба у професійній діяльності виникає з внутрішньої схильності особистості, з її призначення і виявляється у бажанні займатися конкретною професією, враховуючи свої здібності та розвиваючи потенційні професійні якості. Ціннісні орієнтації визначають критерії оцінки мети праці, аспектів та професійного менталітету, а також правила професійної етики, які суспільство приймає. Сукупність смислів, які включають життєвий сенс та значення професії, формують систему особистих духовних цінностей людини, її особистий професійний менталітет.

Під когнітивним контролем Ф. Подшивайлов пропонує розуміти «свідомий процес залучення афективної енергії (тобто фізичної енергії організму, опосередкованої бажаннями) для виконання дій, спрямованих на задоволення усвідомленої потреби», а під мотивом «усвідомлену потребу, яка супроводжується бажанням її задовольнити» [10, с. 22].

Мотиви – це фактори, які сприяють покращенню продуктивності та задоволеності людини в роботі, оскільки вони відповідають її внутрішнім потребам, які на даний момент не задовольняються повністю або частково. Мотиви можуть змінюватися протягом життя та кар'єрного розвитку особи під впливом зовнішніх об'єктивних факторів або внаслідок особистісного розвитку і змін.

Сприйнятливість студентів до системи мотивації, яка використовується у навчанні, завжди є різною через індивідуальні відмінності, що виникають у системах цінностей та визначають поведінку. Результатом ефективної системи мотивації студента та якісної підготовки за освітньою програмою буде готовність до професійної діяльності.

Здатність викладача впливати на мотивацію здобувача з урахуванням найбільш значимих для нього стимулів можлива лише у тому випадку, якщо викладач досить добре розуміється на людях та розуміє, що саме необхідно формувати.

Більшість людей мають складну мотивацію, яка ґрунтується на кількох мотиваторах. Тому професійна мотивація ґрунтується на ієрархічній системі мотивів, потреб і цінностей. При аналізі мотивів, що впливають на професійний розвиток майбутніх менеджерів, важливо враховувати не тільки окремі фактори, але й послідовність та пріоритетність цих мотивів. Ми маємо на увазі особисті мотиви (потреби) та цінності кожної людини. Мотиви, потреби і цінності є індивідуальними і не можуть бути абсолютно ідентичними для всіх співробітників організації або певної соціальної групи. Тому для нас, як викладачів, важливо вміти виявляти та використовувати індивідуальні мотиви здобувачів. Існують різні групи професійних мотивів: а) мотиви розуміння мети професії; б) мотиви професійної діяльності (активні процесуальні мотиви, активно дієві мотиви); в) мотиви професійного спілкування (мотиви престижу професії в суспільстві, мотиви соціальної співпраці в професії, мотиви міжособистісного спілкування в професії); г) мотиви прояву особистості в професії (мотиви розвитку та самореалізації особистості в професії, мотиви розвитку індивідуальності в професії).

Професійні наміри включають свідоме ставлення до професії, бажання стати професіоналом та отримати відповідну освіту. На відміну від покликання, намір передбачає прийняття рішення.

Професійні наміри майбутніх менеджерів вивчались в Університеті імені Альфреда Нобеля за допомогою методики Дж. Холланда «Професійна спрямованість особистості». Респондентам було запропоновано зробити вибір з 42 пар професій. Результати дослідження аналізувались з точки зору домінуючих типів діяльності у здобувачів, які навчаються на освітній програмі «Менеджмент». Дослідження здійснювалось упродовж 2022 р. В емпіричному дослідженні взяли участь 62 студенти спеціальності «Менеджмент» I–IV років навчання бакалаврського рівня. На основі аналізу даних було виявлено, що переважними типами діяльності для студентів, що обрали менеджмент як майбутній напрям професійного спрямування є Артистичний, Соціальний та Підприємницький, які мають найвищі середні показники по усій групі досліджуваних (табл. 1).

Таблиця 1

Показники типів діяльності відповідно до моделі Холанда у здобувачів спеціальності «Менеджмент» в Університеті імені Альфреда Нобеля

Типи діяльності	Загальний показник
Реалістичний	5,86
Дослідницький	6,04
Артистичний	7,93
Соціальний	7,68
Підприємницький	8,61
Традиційний	5,89

Відповідно до методики стилів діяльності Холланда майбутній фахівець повинен мати поєднання таких характеристик:

1. Риси, що притаманні Підприємницькому типу: кмітливість, практичність, швидка орієнтація у складній обстановці, самостійне прийняття рішення, соціальна активність, готовність ризикувати, пошук гострих відчуттів, вміння спілкуватися, високий рівень мотивації досягнення, уникнення занять, що потребують великої та тривалої концентрації уваги. Для нього значимо матеріальне благополуччя. Віддає перевагу діяльності, що потребує енергії, організаторських здібностей, пов'язану з керівництвом, управлінням та впливом на людей.

2. Риси, що притаманні Артистичному типу: оригінальність, незалежність у прийнятті рішень, рідка орієнтація на схвалення, гнучкість і швидкість мислення, емоційна чутливість, загострене сприйняття і талант спілкування, уникнення жорсткої регламентації.

3. Риси, що притаманні Соціальному типу: гуманність, чутливість, активність, спрямованість на соціальні норми, здатність зрозуміти емоційний стан іншої людини, гарний мовний розвиток, жива міміка, інтерес до людей, готовність прийти на допомогу.

Такий набір стилів діяльності, на наш погляд, повністю відповідає вимогам ринку праці та сучасного бізнесу, а також мотиваційному портрету майбутнього менеджера, на якого спрямована освітня програма «Менеджмент» в Університеті імені Альфреда Нобеля.

Висновки. Таким чином, у нашому дослідженні набула подальшого розвитку систематизація підходів до визначення мотивації, а саме визначено 3 групи відмінностей у сучасному трактуванні категорії «мотивація». Крім того, проаналізована система мотивації професійного становлення майбутніх менеджерів за рахунок деталізації складових (потреб, ціннісних орієнтацій, когнітивного контролю, професійних намірів, мотивів, цілей) та представлені результати емпіричного дослідження домінуючих типів діяльності у здобувачів, які навчаються на освітній програмі «Менеджмент» в Університеті імені Альфреда Нобеля.

Список використаної літератури

1. What is employee wellbeing and why does it matter? URL: <https://www.gallup.com/workplace/404105/importance-of-employee-wellbeing.aspx.aspx>

2. A defining moment: How Europe's CEOs can build resilience to grow in today's economic maelstrom. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/risk-and-resilience/our-insights/a-defining-moment-how-europes-ceos-can-build-resilience-to-grow-in-todays-economic-maelstrom>

3. Tichy N., Cohen E. The leadership engine: How winning companies build leaders at every level. New York: Harper business, 2002. 452 p.

4. Арабаджи Ю. І., Дашко І. М. Психологічні особливості мотивації трудової діяльності. Ефективна економіка. 2014. № 4, URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2951>

5. Полюк М.І. Удосконалення системи оцінки та мотивації персоналу на сільськогосподарських підприємствах. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Львівський торговельно-економічний університет; Львівський національний аграрний університет, Львів, 2019. URL: file:///E:/%D0%9B%D0%B8%D1%87%D0%BD%D1%8B%D0%B5%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%202023/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D0%B8/5659_dis%20.pdf

6. Демидова М.М. Особливості мотивації праці персоналу в аграрних підприємствах. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України: зб. наук. пр. НАН України. ДУ «Ін-т регіональних досліджень ім. І.М. Долішнього НАНУ». Львів. 2016. Вип. 6 (122). С. 77-80.

7. Мотивація – що це таке, як працює, яка буває та на що впливає. URL: <https://termin.in.ua/motyvatsiia/>

8. Демидова М. М. Розвиток мотиваційного менеджменту в аграрних підприємствах. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Подільський державний аграрно-технічний університет, Кам'янець-Подільський, 2019. URL: <http://surl.li/eidpa>

9. Термінологічний словник з основ підготовки наукових та науково-педагогічних кадрів післядипломної педагогічної освіти / авт. кол.: Є.Р. Чернишова, Н.В. Гузій, В.П. Ляхоцький [та ін.]; за наук. ред. Є.Р. Чернишової; Держ. вищ.навч. заклад «Ун-т менедж. освіти». К.: ДВНЗ «Університет менеджменту освіти», 2014. 230 с.

10. Подшивайлов Ф. М. Психологічні чинники розвитку мотиваційної сфери особистості майбутнього психолога 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата психологічних наук. URL: <http://surl.li/eidprv>

11. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник. К.: Либідь, 1997. 376 с.

12. Oxford English Dictionary – Oxford: Archived from the original. 2008. 584 p.

13. Професійна мотивація. URL: <http://socio.125mb.com/professionalnaya-motivatsiya-26001.html>

14. Психологія професійного самовизначення особистості : монографія / М.С. Корольчук, Ю.В. Дроздова, В.М. Корольчук, В.І. Осьодло, А.М. Сипливиий; за заг. ред. М.С. Корольчука. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 280 с.

References

1. *What is employee wellbeing and why does it matter?* URL: <https://www.gallup.com/workplace/404105/importance-of-employee-wellbeing.aspx.aspx> (Accessed April, 28 2023).
2. Tichy, N., Cohen, E. (2002). *How winning companies build leaders at every level*. New York, Harper business, 452 p.
3. *A defining moment: How Europe's CEOs can build resilience to grow in today's economic maelstrom*. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/risk-and-resilience/our-insights/a-defining-moment-how-europes-ceos-can-build-resilience-to-grow-in-todays-economic-maelstrom> (Accessed April, 28 2023).
4. Arabadzhi, Yu. I., Dashko, I. M. (2014) *Psykhologichni osoblyvosti motyvatsii trudovoi diial'nosti* [Psychological features of work motivation]. *Efektivna ekonomika* [Effective Economy], no. 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2951> (Accessed April, 28 2023). (in Ukrainian).
5. Polyuk, M.I. (2019). *Udoskonalennia systemy otsinky ta motyvatsii personalu na sil's'kohospodars'kykh pidpriemstvakh*. Kand, Diss. [Improvement of the system of evaluation and motivation of personnel at agricultural enterprises. Kand. Diss.]. Lviv. URL: file:///E:/%D0%9B%D0%B8%D1%87%D0%BD%D1%8B%D0%B5%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%202-023/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D0%B8/5659_dis%20.pdf (Accessed April, 28 2023). (in Ukrainian).
6. Demydova, M.M. (2016) *Osoblyvosti motyvatsii pratsi personalu v ahrarnykh pidpriemstvakh* [Peculiarities of staff motivation in agricultural enterprises]. *Sotsial'no-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy: zb. nauk. pr. NAN Ukrainy. DU «In-t rehional'nykh doslidzhen' im. I.M. Dolishn'oho NANU»* [Socio-economic problems of the modern period of Ukraine: coll. of science Ave. of the National Academy of Sciences of Ukraine. State University "Institute of Regional Studies named after I.M. Dolishnei NASU"], no. 6 (122), pp. 77-80. (in Ukrainian).
7. *Motyvatsiia – scho tse take, iak pratsiuie, iaka buvaie ta na scho vplyvaie* [Motivation - what it is, how it works, what happens and what it affects]. URL: <https://termin.in.ua/motyvatsiia/> (Accessed April, 28 2023). (in Ukrainian).
8. Demydova, M. M. (2019). *Rozvytok motyvatsijnoho menedzhmentu v ahrarnykh pidpriemstvakh*. Kand, Diss. [Development of motivational management in agricultural enterprises. Kand. Diss.]. Kamianets-Podilskyi. URL: <http://surl.li/aidpa> (Accessed April, 28 2023). (in Ukrainian).
9. Chernyshova, E.R., Huziy, N.V., Lyakhotsky V.P. (2014). *Terminologichnyy slovnyk z osnov pidhotovky naukovykh ta naukovo-pedahohichnykh kadriv pislidyplomnoi pedahohichnoi osvity* [Terminological dictionary on the basics of training of scientific and scientific-pedagogical personnel of postgraduate pedagogical education]. Kyiv, DVNOZ "University of Management Education", 230 p. (in Ukrainian).
10. Podshivaylov, F. M. (2015). *Psykhologichni chynnyky rozvytku motyvatsijnoi sfery osobystosti majbutn'oho psykhologa*. Kand, Diss. [Psychological factors in the development of the motivational sphere of the

personality of the future psychologist. Kand. Diss.]. Kyiv. Available at: <http://surl.li/leidpa> (Accessed April, 28 2023).

11. Goncharenko, S.U. (1997). *Ukrains'kyj pedahohichnyj slovnyk* [Ukrainian pedagogical dictionary]. Kyiv, Lybid, 376 p. (in Ukrainian).

12. Oxford English Dictionary (2008). Oxford, Archived from the original, 584 p.

13. *Profesijna motyvatsiia* [Professional Motivation]. URL: <http://socio.125mb.com/professionalnaya-motivatsiya-26001.html> (in Ukrainian).

14. Korol'chuk, M.S., Drozdova, Yu.V., Korol'chuk, V.M., Os'odlo, V.I., & Syplyvyj, A.M. (2018). *Psykhohiia profesijnoho samovyznachennia osobystosti: monohrafiia* [Psychology of Professional Self-Determination of Personality: Monograph]. (M.S. Korolchuk, Ed.). Kyiv : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t [Kyiv: Kyiv National Trade and Economic University]. 280 p. (in Ukrainian).

STRUCTURAL COMPONENTS OF PROFESSIONAL MOTIVATION OF FUTURE MANAGERS IN THE CONTEXT OF THE FORMATION OF A MODERN MANAGER-LEADER

Hanna Ya. Mytrofanova, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).

E-mail: gglukha@duan.edu.ua

Olha A. Yevtushenko, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).

E-mail: manag@duan.edu.ua

DOI: 10.32342/2074-5362-2023-1-34-4

Keywords: *motivation, professional motivation of future managers*

Institutions of higher education that prepare future specialists in the field of management must take into account new requirements for managers when building their educational programs and provide for the education of new competencies of future managers.

Motivation is one of the most important and difficult to analyze factors that should be taken into account when building a training system for future managers.

3 groups of differences in the modern interpretation of the category "motivation" were analyzed. The first difference in the perception of the category "motivation" is caused by the fact that we study motivation on the one hand as a psychological function, on the other - as a managerial function. We consider it appropriate to call the first approach psychological (cognitive), and the second managerial (instrumental). The second difference is that different authors in psychological research group definitions of motivation in different ways. The third difference lies in the different hierarchy of the concepts "motivation" and "motive" in different interpretations. The first category of authors proposes to understand "motivation" as a secondary phenomenon in relation to the motive. In this case, the motive appears as an exogenous factor that is given to a person in a ready-made form, and motivation as an endogenous factor that manifests itself as a process of activity regulation with the help of a motive. The second category emphasizes that motives are secondary.

The system of motivating the professional formation of future managers due to the detailing of the components (needs, value orientations, cognitive control, professional intentions, motives, goals) at the stages of opting and professional training is considered.

An empirical method was chosen for the research: Holland's professional personality type test. Respondents were asked to choose from 42 pairs of professions. The results of the

study were analyzed from the point of view of the dominant types of activities of the applicants studying at the educational program “Management” of the Alfred Nobel University during 2022. 62 students of the “Management” specialty of I-IV years of bachelor’s studies took part in the empirical study. Based on data analysis, it was found that the predominant types of activities for students who chose management as their future professional direction are Artistic, Social and Entrepreneurial, which have the highest average indicators for the entire group of subjects.

Одержано 2.03.2023.

УДК 330.1:32

DOI: 10.32342/2074-5362-2023-1-34-5

О.К. НЕЗГОДА,

кандидат економічних наук,

доцент кафедри глобальної економіки

Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро (Україна)

<https://orcid.org/0000-0002-9244-3583>

АНАЛІЗ ПОТОЧНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ ВОЄННОГО СТАНУ

У статті досліджуються наслідки впливу воєнної агресії росії на поточний стан функціонування малого та середнього бізнесу (МСБ) в Україні. Оскільки одним із пріоритетних напрямків відновлення української економіки від наслідків економічної кризи спричиненої військовими діями та світовою кризою є розвиток малого та середнього підприємництва. Метою статті було проаналізувати динаміку ділової активності малого та середнього бізнесу в межах внутрішнього ринку та зовнішньоекономічної діяльності з урахуванням податкового реформування, що розпочалося з часу вторгнення російської федерації (рф) в Україну.

Предметом дослідження було обрано підприємства малого та середнього бізнесу України з декількох причин: по-перше, МСБ забезпечувало близько 70% зайнятості населення в країні; по-друге, майже 60% валового обсягу продажів до воєнного стану припадало на МСБ.

В межах дослідження використано теоретичні і емпіричні методи, а саме: індукція, пояснення, узагальнення, порівняльний аналіз, спостереження та опис, при формуванні висновків застосовано абстрактно-логічний метод.

В процесі дослідження враховано законодавчі зміни та діючі інструменти підтримки уряду, що сприяють покращенню бізнес клімату в країні, на підставі вторинних даних виявлено яким чином змінився настрій підприємців та що очікувати в найближчій перспективі українській бізнес спільноті з урахуванням реформування та поточного економічного стану України. Під час дослідження особлива увага відводилася оцінкам представників бізнесу, насамперед очікуванням промислових підприємств щодо перспектив розвитку їх ділової активності, виражених у індикаторі ділової впевненості та індикаторі ділового клімату.

За результатами дослідження встановлено ряд проблем, які стримують функціонування МСБ за галузевою ознакою та визначено декілька сценаріїв розвитку бізнес потреб МСБ з урахуванням поточних дій уряду.

Ключові слова: *малий та середній бізнес, воєнний стан, релокація, бізнес, економічний розвиток, підприємництво, податкове реформування*

The article examines the consequences of the impact of russia's military aggression on the current state of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Ukraine. One of the priority areas for the recovery of the Ukrainian economy from the consequences of the economic crisis caused by military actions and the global crisis is the development of small and medium-sized enterprises. Therefore, the purpose of the article is to analyse the dynamics of business activity of small and medium-sized businesses within the domestic market and foreign economic activity, considering the tax reform that has begun since the russian federation invaded Ukraine.

The subject of the study was chosen to be Ukraine's small and medium-sized businesses for several reasons: firstly, SMEs accounted for about 70% of employment in the country; secondly, SMEs accounted for almost 60% of gross sales before the military situation.

The study used theoretical and empirical methods: induction, explanation, generalisation, comparative analysis, observation and description, and the abstract logical approach was used to make conclusions.

In our study, we took into account legislative changes and existing government support instruments that contribute to improving the business climate in the country and, based on secondary data, identified how the mood of entrepreneurs has changed and what the Ukrainian business community should expect shortly, taking into account the reforms and the current economic situation in Ukraine.

In addition, the study paid particular attention to the assessments of business representatives, primarily to the expectations of industrial enterprises regarding the prospects for developing their business activity, as expressed in the business confidence indicator and the business climate indicator.

The paper has identified several problems that hinder the functioning of SMEs by industry and identified several scenarios for developing SME business needs, taking into account current government actions.

The main challenges to the development of SMEs were logistical problems, labour shortages, a significant rise in the cost of raw materials and resources for production, risks associated with hostilities and mining, blocking of foreign trade flows, forced relocation, etc. In the face of these challenges, SMEs are trying to adapt by focusing on business processes, building new development strategies, and becoming flexible. However, a significant proportion of Ukrainian SMEs have been forced to refocus on export development due to the decline in the purchasing power of citizens.

Keywords: *small and medium-sized enterprises, military situation, relocation, business, economic development, entrepreneurship, tax reform*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Малий та середній бізнес (далі – МСБ) є основою економіки України, створює 60% ВВП, забезпечує 7 млн робочих місць та 40% податкових надходжень [1]. МСБ є основним учасником наповнення бюджету країни і сприяє створенню робочих місць. Зростання підприємницької активності серед вітчизняного бізнесу формує передумови для розвитку конкурентоспроможного ринкового середовища в країні і позитивно впливає на покращення її економічного стану.

Дослідженню МСБ присвятили свої праці Н. Бех [2], Л.І. Воротіна [3], З. Варналій [4], В. Турчак [5], Р. Мірошник, У. Прокоп'єва [6] тощо. Власне проблематику розвитку малого і середнього бізнесу в Україні висвітлюють у своїх працях такі вчені, як: Н. Поповенко, О. Ганенко [7], І. Дернова, Т. Боровик [8], В. Геєць [9], С. Лучик [10], В. Загорський, А. Ліпенцев [11].

Попри науковий інтерес до теми розвитку та створення сприятливого бізнес середовища для МСБ, причиною актуалізації дослідження поточного стану МСБ є ряд факторів зовнішнього середовища, що змусили український бізнес вжити в екстремному порядку заходів, спрямованих на утримання бізнесу на «плаву», перенесення виробничих потужностей у більш безпечні регіони країни через воєнний стан, або ж навіть вийти на міжнародні ринки.

Метою статті є дослідження поточного стану підприємницької активності МСБ з урахуванням російської агресії і, як наслідок, оголошення воєнного стану в Україні. Яким чином змінився настрої бізнесу та що очікувати в найближчій перспективі українській бізнес спільноті?

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Серйозні виклики з боку зовнішнього середовища змушують бізнес змінювати підходи в управлінській діяльності МСБ та потребують подальшого вивчення та дослідження в умовах пошуку нових ринків збуту, необхідних ресурсів для продовження господарської діяльності та покращення конкурентоспроможності в українському бізнес середовищі.

Одним із пріоритетних напрямків відновлення української економіки від наслідків економічної кризи, спричиненої військовими діями та світовою кризою, є розвиток малого та середнього підприємництва. Кількість суб'єктів господарської діяльності є одним із ключових показників бізнес активності населення та наявності сприятливого бізнес середовища, оскільки суб'єкти господарської діяльності є основними платниками податків.

Мінливість зовнішнього середовища вимагає від бізнесу використання ефективних стратегій розвитку з елементами адаптації та прояву гнучкості. Як відмічає В. Бугас [12] процес формулювання стратегії та методологічні інструменти для пристосування до змін у зовнішньому середовищі, фактично однакові як для МСП, так і для великих бізнес-структур. Специфіка використовуваних стратегій пов'язана з тим, що МСП зазвичай працюють у вузьких нішах, і можливі стратегії обмежені концентрацією зусиль, підтриманням конкурентної переваги, виключенням і переорієнтацією на інші ринкові ніші.

Згідно даних Національної рада з відновлення України [13] від наслідків війни за 2016–2019 роки ВВП України збільшився на 12% (за 2014–2015 роки скоротився на 15,8%). Упродовж 2021 – початку 2022 рр. економіка долала наслідки триваючої пандемії COVID-19 і, ще не відновилась повністю після шоку війни, розв'язаної рф у 2014 р. У лютому 2022 р. повномасштабне вторгнення росії в Україну змусило український бізнес проявити надзвичайну гнучкість і створило хвилю викликів для МСБ. Війна росії завдала серйозного удару по економіці України.

Підприємства в Україні стали однією із найвразливіших категорій, особливо на територіях бойових дій та окупації. Це призвело до того, що підприємства втратили можливість працювати, частину майна було зруйновано або втрачено, співробітники переміщені, логістика порушена, а кількість клієнтів у багатьох районах різко скоротилася. Однак за цих умов вітчизняним підприємствам необхідно знайти способи відновлення своєї продуктивності, зокрема за допомогою державної підтримки.

Основні показники розвитку, розширення виробничого потенціалу підприємств і зростання їхньої конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках залежатимуть від створення та впровадження системи економічної безпеки вітчизняних підприємств в умовах війни [14, с.533].

Найбільший шок від повномасштабного вторгнення рф на територію України припав на березень 2022 р. Мінекономіки з використанням непрямих методів розрахунку та інструментів моделювання оцінило падіння ВВП у березні 2022 р. на рівні 47–50% (до березня 2021 р.), що спричинило падіння за I квартал, за даними Держстату, на 15,1% [15].

Напередодні війни Європейська бізнес Асоціація разом з Ліга закон [16] провели дослідження щодо індексу настроїв малого бізнесу. В опитуванні прийняло участь 241 учасник в період з грудня 2021 по січень 2022 р. Серед питань, поставлених бізнесу були: оцінка поточного стану бізнесу, очікування щодо розвитку власного бізнесу в найближчій перспективі (6 міс.) та оцінка економічної ситуації в країні.

За результатами опитування частка тих, хто не задоволений поточним станом власного бізнесу, склала більше половини опитаних. Варто відзначити, що частка тих, хто задоволений справами свого бізнесу склала 32%, на противагу попередньому році, що складало 24 %. Також зменшилась частка тих, хто не задоволений (52% у 2021 р. проти 58% у 2020 р.) поточним станом власного бізнесу (Рис.1).

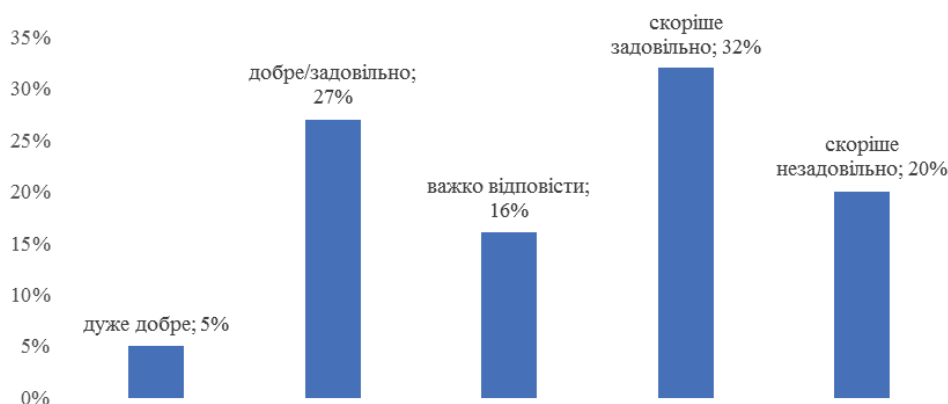


Рис.1. Рівень задоволення представників бізнесу станом поточних справ за результатами 2021 р. (складено автором за [16]).

На думку, представників бізнесу стримуючими факторами розвитку МСБ довоєнного стану в країні були: наявна податкова система, яка чинить фіскальний тиск на платників податків; недосконалість та зміни законодавства, адміністративний тиск, з боку влади; корупційні фактори та політична нестабільність; купівельна спроможність споживачів, яка знизилася, за рахунок кризових явищ в країні та світі; зростання цін на матеріали та ресурси для виробників; ризики війни, відсутність державної підтримки та валютне регулювання.

Однак, більшість підприємців, навіть за таких умов і наявності існуючих викликів готові були розширювати власний бізнес.

Тож, щоб зрозуміти поточну ситуацію виражену у кількісних та якісних показниках, було визначено ряд факторів, за якими по суті і здійснювалась оцінка ділової активності підприємств, а саме: кількість зареєстрованих суб'єктів господарської діяльності; обсяги реалізованої продукції за видами економічної діяльності; результати зовнішньоекономічної діяльності (експорт-імпорт).

За різними джерелами інформація, пов'язана з кількістю зареєстрованих суб'єктів господарської діяльності, є неоднозначною. На офіційному сайті

Держстату оновленої інформації щодо кількості суб'єктів господарювання (СГД) немає, а за даними Офісу з розвитку підприємництва та експорту й національного проєкту Дія.Бізнес [17] за серпень 2022 р. темп реєстрації нового бізнесу в умовах повномасштабної війни становив 114% від відповідного періоду серпня 2020 р. та 71% від відповідного періоду 2021 р.

Протягом 6 місяців повномасштабної війни реєстрація нового бізнесу демонструвала позитивну динаміку відновлення. Кількість новозареєстрованих суб'єктів господарювання зростає щомісяця – з 15 тисяч у квітні до понад 23 тисяч у серпні 2022 р.. Але, у той же час, було відмічено активність у закритті бізнесу в Україні: в середньому щомісяця закривалося 13 тисяч СГД, що до середини липня перевищувало кількість зареєстрованих нових СГД.

До початку повномасштабного вторгнення розподіл СГД за секторами економіки та з урахуванням кількості працівників мав наступний вигляд (Рис.2).

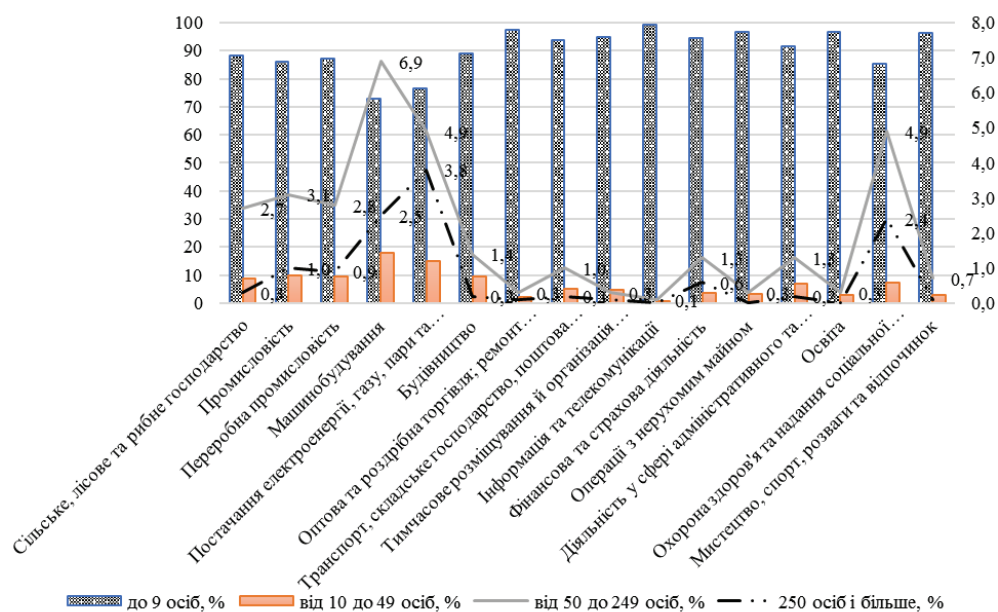


Рис.2 Кількість діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності з розподілом за кількістю зайнятих працівників у 2021 році
(складено автором за [15])

Рис.2 демонструє, що, за даними Держстату, мікро підприємства зосереджувалися в усіх галузях економіки, але найвища їх кількість була у таких галузях, як оптова та роздрібна торгівля: ремонт автотранспортних засобів, інформація та телекомунікація, освіта, мистецтво, спорт та відпочинок. Найбільша кількість малих підприємств представлені в секторах: машинобудування, постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря, промисловість. В той же час, найбільша частка

середніх підприємств представлена у машинобудуванні, постачанні електроенергії, охороні здоров'я, переробній промисловості.

Варто відзначити, що наразі складно провести порівняння динаміки зміни кількості підприємств, оскільки на момент проведення дослідження відсутня статистична інформація за даним критерієм. Щодо обсягу реалізованої продукції станом на 2021 р., то найбільше було реалізовано продукції в оптово-роздрібній торгівлі, переробній промисловості та сільському господарстві (Рис.3).



Рис. 3 Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності, 2021р.
(складено автором за [15])

Враховуючи географічну складову у розрізі регіонів, близько 41,46% продукції було реалізовано у м. Київ, 10,95 % – Дніпропетровська область, 5,76% – Київська обл. , 4,38% – Львівська обл., 4,48% – Одеська обл.

З огляду на зміни, що сталися в зовнішньоекономічній торгівлі, з початком воєнного стану зріс попит на експортну продукцію: живі тварини та продукти тваринного походження, палива мінеральні, нафта і продукти її перегонки (Рис.4), знизилися обсяги імпортової сільськогосподарської продукції, чорних металів, електричних машин та засобів наземного транспорту.

Труднощі, які виникли із зовнішньоекономічною діяльністю були пов'язані насамперед із логістичними проблемами, ризиками транспортування продукції через російські атаки, пошуком нових постачальників, міжнародними розрахунковими операціями.

Через неможливість використання традиційних логістичних ланцюжків, як зазначають І. Вербицька і Г. Гончар [18], виникає потреба в оперативному формуванні нових, які би дозволили максимально забезпечити експортні операції завдяки розвитку митної інфраструктури, суттєвому збільшенню

пропускну здатності передусім автомобільного та залізничного транспорту на західному кордоні України із широким залученням виробників, трейдерів, транспортних компаній і, звісно, міжнародних партнерів, без підтримки яких нереально забезпечити доставку українських товарів до кінцевого пункту призначення.



Рис. 4. Зовнішня торгівля товарами в період січня-листопада 2022 р. [19]

Загалом обсяг експорту України у березні складав 5,97 млн. тонн, що еквівалентно 2,7 млрд. доларів, тоді як у лютому держава експортувала 13,1 млн. тонн товарів на суму 5,3 млрд. доларів. Для порівняння, за даними митної статистики у січні 2022 р. було експортовано товарів на суму 6,02 млрд. доларів, що, у свою чергу, на 53% більше аналогічного показника 2021 р. [19].

Як зазначається в аналітичному звіті Програми розвитку ООН в Україні [20], компанії, які займаються зовнішньоторгівельною діяльністю, з початком військової агресії стикаються зі значними проблемами з логістикою. Блокування українських морських портів російським флотом спричинило перерозподіл торгових потоків та перевантаження транспортних каналів для залізничного та автомобільного транспорту. Це також спричинило перешкоди у складських потужностях і пунктах перетину кордону, що призвело до затримки поставок. Багато імпортерів також постраждали від запроваджених урядом валютних обмежень, які призвели до порушення ланцюгів поставок у багатьох галузях, що залежали від імпорту. Через призупинення електронної системи адміністрування відшкодування ПДВ експортери не отримують відшкодування ПДВ і мають серйозні проблеми з ліквідністю.

Отже, виклики для МСБ за галузевою ознакою характеризуються: логістичними проблемами, зниженням попиту через скорочення платоспроможності громадян, порушенням ланцюгів постачань, вимушеною релокацією бізнесу, дефіцитом робочої сили та зростанням цін на сировину (Табл.1).

Таблиця 1

Виклики для МСБ під час воєнного стану в Україні

Галузь економіки	Виклики
Роздрібна та оптова торгівля	<ul style="list-style-type: none"> – логістичні проблеми: пошкоджена та/або зруйнована матеріально-технічна база та інфраструктура; – через введені Урядом обмеження на критичний імпорт та обмежені пропозиції від вітчизняних виробників виникають проблеми з безперерйним поповненням необхідних запасів продуктів, що призводить до проблем; – через зниження платоспроможності громадян України знизився попит на непродовольчі товари та товари високого цінового сегменту; – збільшилися ризики, пов’язані з безпекою, через систематичні обстріли та бойові дії.
Харчова промисловість	<ul style="list-style-type: none"> – зростання цін на сільськогосподарську продукцію та енергії призвели до зниження попиту серед споживачів на певні групи товарів, що не є нагально необхідними; – логістичні проблеми: пошкоджена та/або зруйнована матеріально-технічна база та інфраструктура; – призупинення імпортних операцій, спричинене порушенням ланцюгів поставок, призвело до появи дефіциту сировини, необхідної для виробництва; – загострення проблеми, пов’язаної із затримкою платежів від великих компаній, дистриб’юторів.
Текстильна, швейна та взуттєва промисловість	<ul style="list-style-type: none"> – релокація виробничих потужностей для деяких компаній є доволі складним процесом через наявність складного обладнання та інженерних систем; – через міграційні процеси, з’явилися проблеми з браком робочої сили та кваліфікованих працівників; – блокування значної кількості зовнішньоторговельних потоків призвело до порушення зовнішньоторговельної логістики; – скорочення колаборації з світовими брендами, спричинене несвоєчасним виконанням договірних зобов’язань через перебої з електроенергією та проблеми з логістикою.
Сільське господарство	<ul style="list-style-type: none"> – відсутність диверсифікованих експортних каналів, через блокування морських портів та обмежену кількість залізничних шляхів; – запровадження експортного ліцензування з метою зменшення ризику продовольчої кризи в Україні; – логістичні проблеми; – призупинення системи відшкодування ПДВ для експортерів, призвело до появи проблем з ліквідністю та оборотним капіталом; – обмежений доступ до полів через мінування призводить до проблем, пов’язаних з посівною та збором урожаю; – зростання цін на сировину (насіння, добрива, хімічні препарати, паливо); – дефіцит робочої сили, через вимушену мобілізацію.

Галузь економіки	Виклики
Транспорт та логістика	<ul style="list-style-type: none"> – з початком воєнного стану поява великої кількості блокувань призвела до систематичних затримок поставок; – пошкоджена та/або зруйнована транспортно-логістична інфраструктура; – обмежена пропускна здатність морських портів, як основних логістичних шляхів, призвела до виникнення необхідності перебудовувати ланцюги поставок; – скорочення обсягів вантажоперевезень; – зростання вартості вантажу, спричинене збільшенням цін на паливо, підвищення тарифів на залізничні перевезення тощо.
Будівництво	<ul style="list-style-type: none"> – обмеження в імпорті будівельних матеріалів призвели до зростання цін на нерухомість та до підвищення цін на вартість будівництва; – обмежений доступ до державного реєстру речових прав на нерухоме майно викликав також певні ризики на ринку нерухомості, пов'язані з процесами купівлі продажу майна; – географічні особливості регіонів і зосередженість природних копалин на територіях або ж поряд з такими, де здійснюються активні бойові дії, призвело до того, що компанії були вимушені шукати нових постачальників сировини та змінювати ланцюги поставок.
Інформація і телекомунікації	<ul style="list-style-type: none"> – перебої з постачанням електроенергії та стабільного інтернет зв'язку призвели до появи інфраструктурних обмежень; – дефіцит робочої сили, спричинений мобілізацією; – поява труднощів, обумовлених залученням нових клієнтів через високі ризики безпеки (у розрізі кібератак та персоналу)

Складено автором за [20]

За даними Держстату [21] щодо очікувань промислових підприємств у березні 2023 р. індикатор ділової впевненості в промисловості підвищився порівняно з лютим 2023 р. на 3 в.п. і становив - 9,4%. У переробній промисловості цей показник підвищився порівняно з попереднім місяцем на 3,5 в.п. і становив - 7,2% (Рис.5).

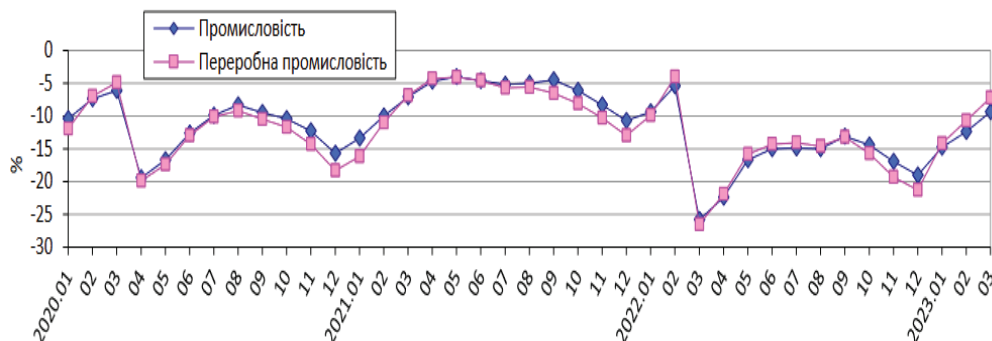


Рис. 5. Індикатор ділової впевненості в промисловості [21]

Щодо індикатору ділового клімату в промисловості, то там також спостерігається не суттєве зростання (Рис.6). Складові вищезазначених індикаторів враховують: оцінку поточного обсягу замовлень на виробництво продукції (попиту) у промисловості; очікування щодо обсягу виробництва продукції; оцінку поточного обсягу запасів готової продукції у промисловості та оцінку поточного обсягу іноземних замовлень на виробництво продукції.

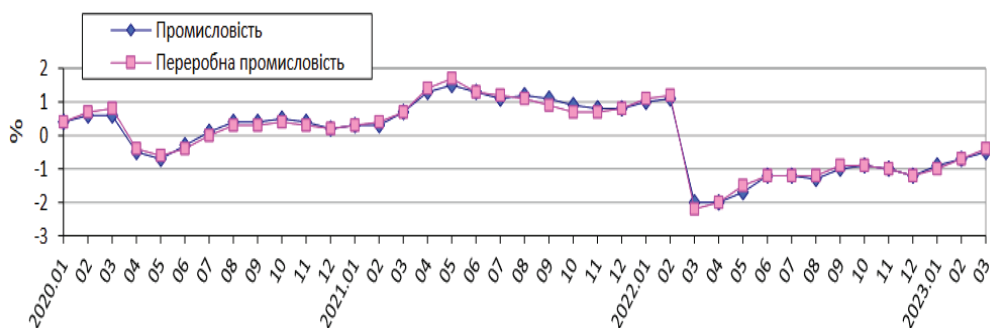


Рис.6. Індикатор ділового клімату в промисловості [21]

З поглиненням викликів для бізнесу з лютого 2022 р. Уряд прийняв низку заходів у сфері реформування податкової політики з метою зменшення податкового навантаження на бізнес та підтримки сприятливого середовища для ведення бізнес активності. Було прийнято законопроект № 7137-д від 14.03.2022 [22] з метою визначення особливостей адміністрування податків і зборів під час дії правового режиму воєнного стану.

Податкова реформа на період воєнного стану передбачала: надання на період з 1 квітня 2022 р. до припинення/скасування дії воєнного стану права на використання спрощеної системи оподаткування бізнесу (ФОП та юридичним особам) з оборотом до 10 млн грн. стосовно Єдиного податку (ЄС) на рівні 2% (без сплати податку на прибуток та податку на додану вартість), звісно за виключенням щодо певних категорій бізнесу; звільнення від сплати єдиного податку платників 1 та 2 груп; звільнення від плати за землю та екологічного податку на територіях, яких ведуться бойові дії за затвердженим переліком від Кабміну; зменшення податків на пальне та товари для оборони [22].

Згідно пояснюючої записки [23] прийняття вищезазначеного закону сприяло б підвищенню необхідного забезпечення військових і правоохоронних підрозділів у відбитті збройного нападу російської федерації та забезпечення дотримання прав і обов'язків платників податків та контролюючих органів.

З плином року законопроектом № 8401 від 31.01.2023 вносяться зміни до Податкового кодексу України та низки законів, якими передбачено з 1 липня 2023 р. скасування дії окремих норм законодавчих актів, запроваджених на період до припинення або скасування воєнного стану на території України.

Зокрема: скасовується можливість для ФОП та юросіб бути платниками єдиного податку III групи з застосуванням ставки у розмірі 2% від суми доходу; скасовується можливість для ФОП платників єдиного податку I та II групи не сплачувати єдиний податок; відновлюється проведення документальних перевірок; відновлюється перебіг строків, визначених податковим законодавством; відновлюються штрафні санкції за порушення податкового законодавства та правильності нарахування, обчислення та сплати єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування; відновлюються штрафні санкції за порушення порядку використання РРО/ПРРО [24].

Висновки. Отже, починаючи з лютого 2022 р. в Україні почався справжній сезон викликів для українських компаній, насамперед МСБ. У зв'язку із введенням в Україні воєнного стану відбулися обмеження конституційних громадян, а також ввелися тимчасові обмеження прав і законних інтересів юридичних осіб в межах та обсязі, що необхідні для забезпечення можливості запровадження та здійснення заходів правового режиму воєнного стану, які передбачені ЗУ «Про правовий режим воєнного стану» [25]. Попри такі вимушені дії Уряд намагався через податкове реформування МСБ, надання грантової допомоги та фінансове сприяння в релокації підтримати СГД.

Основними перешкодами розвитку МСБ стали логістичні проблеми, дефіцит робочої сили, значне здорожчання сировини та ресурсів для виробництва, ризики пов'язані з бойовими діями та мінуванням територій, блокування зовнішньоторговельних потоків, вимушена релокація тощо.

В умовах таких викликів МСБ намагається адаптуватися, фокусуючись на бізнес процесах, будуючи нові стратегії розвитку та проявляє гнучкість. Значна частка українського МСБ були вимушені переорієнтуватися на розвиток експорту через зниження купівельної спроможності громадян.

Проте попереду ще один виклик пов'язаний з прийняттям Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо особливостей оподаткування у період дії воєнного стану» [25], оскільки з 1 липня 2023 року Уряд намагатиметься активізувати політику з відновлення довоєнного стану системи оподаткування реалізація проекту, що сприятиме збільшенню надходжень до державного та місцевих бюджетів і дозволить залучити у 2023 році до бюджетів близько 8 млрд гривень.

Список використаної літератури

1. Малий і середній бізнес дає 60% ВВП і більше. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3210973-malij-i-serednij-biznes-dae-60-vvp-i-bilse-zelenskij.html>
2. Бех Н. Особливості розвитку та функціонування малого і середнього бізнесу в Україні. *Галицький економічний вісник*. 2010. Вип. 1(26). С. 16-18.
3. Воротіна Л.І. Малий бізнес та підприємництво як засіб адаптації до ринкових форм господарювання. *К: Т-во „Знання України”*. 1996. С. 4-17.

4. Варналій З.С. *Мале підприємництво: основи теорії і практики*. К: Т-во „Знання України”. 2005. С. 46-73
5. Турчак В.В. Сучасний стан проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні. *Молодий вчений*. 2013. Вип. 1. С. 39–44.
6. Мірошник Р. О., Прокоп'єва У. О. Розвиток малого та середнього бізнесу в Україні: проблеми і перспективи. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”*. 2020. Т. 4. Вип. 1. С. 63–71, URL: <https://doi.org/10.23939/semi2020.01.063>
7. Поповенко Н. С., Ганенко О. В. Державна підтримка розвитку малого бізнесу в Україні. *Економіка: реалії часу*. 2012. Вип. 1 (2). С. 126–132.
8. Дернова І. А., Боровик Т. М. Проблеми малого та середнього бізнесу в умовах пандемії COVID-19: Європейський вимір. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2022. ВІП. 1 (7). URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journalpaper/2022/jun/28234/220373menedzhment-57-70.pdf>
9. Геєць В. М. Інституційна обумовленість інноваційних процесів у промисловому розвитку України. *Економіка України*. 2014. Вип. 12 (637) С. 4–19.
10. Лучик С. Д. Проблеми та перспективи розвитку малого і середнього бізнесу: монографія Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ. Чернівці: Технодрук. 2021. С. 400
11. Загорський В. С., Ліпенцев А. В., Юристовська Н. Я., Мазій Н. Г., Акімов Фінансово управлінські аспекти розвитку малого підприємництва в Україні. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2019. Вип. 3 (30). С. 351–360.
12. Бугас В.В. Розвиток малого та середнього бізнесу в Україні. *II Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні* URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/10167/1/SDR2018_P271-275.pdf
13. Проект Плану відновлення України. Національна рада з відновлення України від наслідків війни. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/economicrecovery-and-development.pdf>
14. Пустіва В.О. Економічна безпека вітчизняних підприємств в умовах війни. Міжнародного конгресу «Фінанси, економіка, право vs війна». 2022. URL: https://www.researchgate.net/publication/365186035_Miznarodnij_kongres_Finansi_ekonomika_pravo_vs_vijna
15. Економічна статистика / Економічна діяльність / Діяльність підприємств Держана служба статистики України URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
16. Індекс настроїв малого бізнесу 2021. URL: <https://eba.com.ua/wp-content/uploads/2022/04/Prezentatsiya-rezultativ-doslidzhennya-1.pdf>
17. Офіс розвитку підприємництва та експорту URL: <https://business.dia.gov.ua/ebro>
18. Вербіцька, І., Гончар, Г. Експорт України в умовах воєнного стану: експорт України в умовах воєнного стану проблеми та шляхи вирішення. *Економічний дискурс*, 1(1-2), 7–13. <https://doi.org/10.36742/2410-0919-2022>

19. Стан зовнішньої торгівлі товарами у січні 2022 року (відносно січня 2021 року). *Державна митна служба України*. 2022. URL: <https://customs.gov.ua/statistika-ta-reiestri#statistika>
20. Експрес-оцінка впливу війни на мікро-, малі та середні підприємства в Україні. Швейцарська конфедерація. 2022. URL: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-10/UA_Rapid_Assessment_of_War_on_MSMEs_in_Ukraine_0.pdf
21. Стан ділової активності промислових підприємств. Державна служба статистики України URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2023/fin/gr/prom/prom_03_2023_u.pdf
22. Пояснювальна записка до проекту Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану»
23. Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо особливостей оподаткування у період дії воєнного стану № 8401 від 31.01.2023
24. Уряд схвалив зміни до законодавства в частині відновлення довоєнного стану системи оподаткування. Міністерство фінансів України. 2023. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/uriad-skhvalyv-zminy-do-zakonodavstva-v-chastyni-vidnovlennia-dovoiennoho-stanu-systemy-opodatkuvannia>
25. Закон України «Про правовий режим воєнного стану» №389-VIII. від 31.03.2023 . URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text>

References

1. Malij i serednij biznes daie 60% VVP i bil'she. *Ukrinform*. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3210973-malij-i-serednij-biznes-dae-60-vvp-i-bilse-zelenskij.html> (Accessed 20 March 2023).
2. Bekh N. (2010). *Osoblyvosti rozvytku ta funktsionuvannia maloho i seredn'oho biznesu v Ukraini* [Specific features of the development and operation of small and medium-sized businesses in Ukraine]. *Halyts'kyj ekonomichnyj visnyk*. issue. 1(26). pp. 16-18 (in Ukrainian).
3. Vorotina L.I. (1996.) *Malyj biznes ta pidpriemnytstvo iak zasib adaptatsii do rynkovykh form hospodariuvannia* [Small business and entrepreneurship as a way of adapting to market-based forms of management]. K: *T-vo Znannia Ukrainy*. pp. 4-17 (in Ukrainian).
4. Varnalij Z.S. (2005). *Male pidpriemnytstvo: osnovy teorii i praktyky*. K: *T-vo Znannia Ukrainy*. [Small business: basics of theory and practice]. pp. 46-73 (in Ukrainian).
5. Turchak V.V. (2013). *Suchasnyj stan problemy ta perspektyvy rozvytku maloho biznesu v Ukraini*. [Current state of the problem and prospects for small business development in Ukraine] *Molodyj vchenyj*. issue. 1. pp. 39-44 (in Ukrainian).
6. Miroshnyk R. O., Prokop'ieva U. O. (2020). *Rozvytok maloho i seredn'oho biznesu v Ukraini: problemy i perspektyvy*. [Development of small and medium-sized businesses in Ukraine: challenges and prospects] *Visnyk Natsional'noho*

universytetu "L'vivs'ka politehnika". vol. 4. issue. 1. pp. 63–71, Available at: doi:10.23939/semi2020.01.063 (in Ukrainian).

7. Popovenko N. S., Hanenko O. V. (2012). Derzhavna pidtrymka rozvytku maloho biznesu v Ukraini [State support for small business development in Ukraine]. *Ekonomika: realii chasu*. issue. 1 (2). pp. 126–132 (in Ukrainian).

8. Dernova I. A., Borovyk T. M. 2022. Problemy maloho ta seredn'oho biznesu v umovakh pandemiy Covid-19: yevropejs'kyj vymir. [Challenges of SMEs in the context of the COVID-19 pandemic: European dimension]. *Menedzhment ta pidpryemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia ta problemy rozvytku*. issue. 1 (7). Available at: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journalpaper/2022/jun/28234/220373menedzhment-57-70.pdf>

9. Heiets V. M. (2014). *Institutsiina obumovlenist innovatsiinykh protsesiv u promyslovomu rozvytku Ukrainy* [Institutional conditionality of innovation processes in the industrial development of Ukraine]. *Ekonomika Ukrainy*. no. 12 (637), 4–19 (in Ukrainian).

10. Luchykh S. D. (Ed.) (2021). *Problemy ta perspektyvy rozvytku maloho i serednoho biznesu* [Problems and prospects of small and medium business development]. Chernivtsi : Tekhnodruk (in Ukrainian).

11. Zahors'kyj V. S., Lipentsev A. V., Yurystovs'ka N. Ya., Mazij N. H., Akimov O. O. (2019). *Finansovoupravlins'ki aspekty rozvytku maloho pidpryemnytstva v Ukraini*. [Financial and managerial aspects of small business development in Ukraine] *Finansovo-kredytna diial'nist': problemy teorii ta praktyky*. issue. 3 (30). pp. 351–360 (in Ukrainian).

12. Buhas V.V. *Rozvytok maloho ta seredn'oho biznesu v Ukraini*. II Mizhnarodna naukovo-praktychna Internet-konferentsiia suchasni determinanty rozvytku biznes-protsesiv v Ukraini.

Available at: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/10167/1/SDR2018_P271-275.pdf (Accessed 20 March 2023).

13. Cabinet of Ministers of Ukraine (2023), "Proekt Planu vidnovlennia Ukrainy". Available at: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/economic-recovery-and-development.pdf> (Accessed 20 March 2023).

14. Pustiva V.O. (2022), *Ekonomichna bezpeka vitchyznyanykh pidpryemstv v umovakh vijny*. *Mizhnarodnoho konhresu "Finansy, ekonomika, pravo vs vijna"*. Available at: https://www.researchgate.net/publication/365186035_Miznarodnij_kongres_Finansi_ekonomika_pravo_vs_vijna (Accessed 20 March 2023).

15. Derzhavna sluzhba statystryky Ukrainy (2023). *Diial'nist' pidpryemstv* [Business activities], Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo.

16. Indeks nastroiv maloho biznesu (2022). Available at: <https://eba.com.ua/wp-content/uploads/2022/04/Prezentatsiya-rezultativ-doslidzhennya-1.pdf> (Accessed 20 March 2023).

17. Ofis rozvytku pidpryemnytstva ta eksportu (2023). Available at: <https://business.dia.gov.ua/eepo> (Accessed 20 March 2023).

18. Verbits'ka, I., Honchar, H. (2022) *Ekспорт Ukrainy v umovakh voiennoho stanu: eksport Ukrainy v umovakh voiennoho stanu problemy ta shliakhy vyrishennia*. [Ukraine's exports under martial law: problems and solutions] *Ekonomichnyj dyskurs*, 1(1-2), 7–13. doi:10.36742/2410-0919-2022 (Accessed 20 March 2023).

19. Stan zovnishn'oi torhivli tovaramy u sichni 2022 roku (vidnosno sichnia 2021 roku). Derzhavna mytna sluzhba Ukrainy. Available at: <https://customs.gov.ua/statistika-ta-reiestri#statistika> (Accessed 20 March 2023).

20. Ekspres-otsinka vplyvu vijny na mikro-, mali ta seredni pidprijemstva v Ukraini (2022). Shvejtsars'ka konfederatsiia. Available at: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/202210/UA_Rapid_Assessment_of_War_on_MSMEs_in_Ukraine_0.pdf

21. Stan dilovoi aktyvnosti promyslovykh pidprijemstv (2023). Available at: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2023/fin/rp/prom/prom_03_2023_u.pdf (Accessed 20 March 2023).

22. The Verkhovna Rada of Ukraine (2023), Poiasniuvai'na zapyska do proekta Zakonu Ukrainy "Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta inshykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy schodo dii norm na period dii voiennoho stanu".

23. The Verkhovna Rada of Ukraine (2023). Proekt Zakonu pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta inshykh zakoniv Ukrainy schodo osoblyvostej opodatkuvannia u period dii voiennoho stanu № 8401 vid 31.01.2023

24. Cabinet of Ministers of Ukraine (2023). Uriad skhvalyv zminy do zakonodavstva v chastyni vidnovlennia dovoiennoho stanu systemy opodatkuvannia. Ministerstvo finansiv Ukrainy. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/news/uriad-skhvalyv-zminy-do-zakonodavstva-v-chastyni-vidnovlennia-dovoiennoho-stanu-systemy-opodatkuvannia> (Accessed 20 March 2023).

25. The Verkhovna Rada of Ukraine (2023). Law of Ukraine "Pro pravovyj rezhym voiennoho stanu" №389-VIII. vid 31.03.2023. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text> (Accessed 20 March 2023).

ANALYSIS OF THE CURRENT STATE OF DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN UKRAINE IN THE CONTEXT OF THE MILITARY SITUATION

Olha K. Nezghoda, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).

E-mail: kotko.o@duan.edu.ua

DOI: 10.32342/2074-5362-2023-1-34-5

Keywords: *small and medium-sized enterprises, military situation, relocation, business, economic development, entrepreneurship, tax reform*

The article examines the consequences of the impact of Russia's military aggression on the current state of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Ukraine. One of the priority areas for the recovery of the Ukrainian economy from the consequences of the economic crisis caused by military actions and the global crisis is the development of small and medium-sized enterprises. Therefore, the purpose of the article is to analyse the dynamics of business activity of small and medium-sized businesses within the domestic market and foreign economic activity, considering the tax reform that has begun since the Russian Federation invaded Ukraine.

The subject of the study was chosen to be Ukraine's small and medium-sized businesses for several reasons: firstly, SMEs accounted for about 70% of employment in the country; secondly, SMEs accounted for almost 60% of gross sales before the military situation.

The study used theoretical and empirical methods: induction, explanation, generalisation, comparative analysis, observation and description, and the abstract logical approach was used to make conclusions.

In our study, we took into account legislative changes and existing government support instruments that contribute to improving the business climate in the country and, based on secondary data, identified how the mood of entrepreneurs has changed and what the Ukrainian business community should expect shortly, taking into account the reforms and the current economic situation in Ukraine.

In addition, the study paid particular attention to the assessments of business representatives, primarily to the expectations of industrial enterprises regarding the prospects for developing their business activity, as expressed in the business confidence indicator and the business climate indicator.

The paper has identified several problems that hinder the functioning of SMEs by industry and identified several scenarios for developing SME business needs, taking into account current government actions.

The main challenges to the development of SMEs were logistical problems, labour shortages, a significant rise in the cost of raw materials and resources for production, risks associated with hostilities and mining, blocking of foreign trade flows, forced relocation, etc. In the face of these challenges, SMEs are trying to adapt by focusing on business processes, building new development strategies, and becoming flexible. However, a significant proportion of Ukrainian SMEs have been forced to refocus on export development due to the decline in the purchasing power of citizens.

Одержано 14.04.2023.

УДК 336.5(477):[334.012.63+334.012.64]
DOI 10.32342/2074-5362-2023-1-34-6

В.М. ОРЛОВА,
*кандидат технічних наук, доцент,
завідувач кафедри міжнародної торгівлі і підприємництва
Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро (Україна)*

О.Р. СЕРГЄЄВА,
*кандидат наук з державного управління,
доцент кафедри міжнародної торгівлі і підприємництва
Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро (Україна)*

О.В. КУЗЬМЕНКО,
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної торгівлі і підприємництва
Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро (Україна)*

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

У статті досліджено сучасний стан малого і середнього підприємництва в Україні та встановлено, що затяжний характер війни в Україні значно дестабілізує діяльність суб'єктів даного сектору та призводить до погіршення показників його розвитку, зокрема зменшення кількості діючих суб'єктів малого і середнього підприємництва, зниження темпів реєстрації нових суб'єктів, дефіциту власних оборотних коштів у більшості малих і середніх підприємств, скорочення працівників, що *має негативний вплив* для вітчизняної економіки. Виявлено основні перешкоди для відновлення і розвитку підприємницької діяльності у період дії воєнного стану: відсутність фінансових ресурсів; продовження бойових дій; перебої з електро-, водо- та тепlopостачанням; руйнування логістики; зростання виробничих витрат; недостатня кількість платоспроможних клієнтів.

Розглянуто особливості *державної підтримки* малого і середнього підприємництва в Україні у воєнний час. Визначено проблеми, що стримують розвиток вітчизняного малого і середнього підприємництва в умовах війни, серед яких виділено такі: відсутність програмного документа щодо розвитку сектору малого і середнього підприємництва; низький рівень доступу суб'єктів малого і середнього підприємництва до фінансів; недостатньо розвинені державні програми фінансової підтримки ІТ-стартапів; неефективність індустріальних парків.

Доведено, що перспективи розвитку малого і середнього підприємництва значною мірою *залежать* від забезпечення реалізації *ефективної державної політики* щодо стимулювання його розвитку. У цьому контексті *обґрунтовано пріоритети* державної політики у сфері стимулювання розвитку малого і середнього підприємництва в умовах війни в Україні, а саме: розроблення Державної програми сприяння розвитку малого і середнього підприємництва в Україні, узгодження стратегій та програм розвитку малого і середнього підприємництва на державному, регіональному та місцевому

рівні; залучення коштів міжнародних фінансових організацій та міжнародних донорів; створення умов для підвищення рівня доступу малих і середніх підприємств до фінансів; розширення державної грантової підтримки IT-стартапів; впровадження механізмів податкових пільг для суб'єктів, які відновлюють свою діяльність на деокупованих територіях; розширення та створення нових індустріальних парків з розвинутою інженерно-транспортною інфраструктурою, створення сприятливих умов для розвитку малого і середнього підприємництва в межах індустріального парку.

Ключові слова: *мале і середнє підприємництво, стимулювання розвитку малого і середнього підприємництва, державна політика, державні програми, ділова активність, індустріальні парки, фінансування*

This paper investigates the current state of small and medium business in Ukraine. The protracted nature of the war in Ukraine significantly destabilizes the activities of the subjects of this sector and leads to the deterioration of its development indicators. In particular, a decrease in quantity of active entities small and medium business, a decrease in the rate of registration of new entities, a shortage of own working capital in most small and medium enterprises will have a negative impact on the national economy. The main obstacles to the recovery and development of business activity during the period of validity of state of war are identified. It is the lack of financial resources; continuation of hostilities; interruptions in electricity, water and heat supply; destruction of logistics; increase in production costs; insufficient quantity of paying customers.

The peculiarities of state support of small and medium business in Ukraine during the war are considered. The problems hindering the development of national small and medium business in the conditions of war are identified. It is the absence of a program document on the development of the small and medium business sector; low level of access to finance by small and medium business entities; insufficiently developed state financial support programs for IT startups; inefficiency of industrial parks.

Proved, that the prospects of the development of small and medium business largely depend on ensuring the implementation of an effective state policy to stimulate its development. In this context, the priorities of the state policy in the sphere of stimulating the development of small and medium business in the conditions of the war in Ukraine are substantiated. It is the development of the State program for promoting the development of small and medium business in Ukraine, coordination of strategies and programs for the development of small and medium business at the state, regional and local levels; attraction of money from international financial organizations and international donors; creation of conditions for increasing the level of access of small and medium enterprises to finance; expansion of state grant support for IT startups; implementation of mechanisms of tax benefits for entities that resume their activities in the de-occupied territories; expansion and creation of new industrial parks with developed engineering and transport infrastructure, creation of favorable conditions for the development of small and medium business within the industrial park.

Keywords: *small and medium business, stimulation of the development of small and medium business, state policy, state programs, business activity, industrial parks, financing*

Постановка проблеми. На сучасному етапі для України проблема розвитку малого і середнього підприємництва та ділової активності залишається однією з найактуальніших як в економічному, так і в соціальному вимірах. За час повномасштабного вторгнення російської федерації (рф) в Україну та тимчасової окупації територій, суб'єкти малого і середнього підприємництва зазнали значних втрат через руйнування та пошкодження потужностей або ж просто зіткнулися з перебоями в роботі та складнощами зі збутом продукції. Зокрема, *малі і середні підприємства-*

експортери втратили частину виручки через обмежене судноплавство Чорним морем. Підприємства, які орієнтуються на внутрішній ринок, постраждали через падіння попиту на свою продукцію, порушення виробничих процесів та ланцюгів постачання. Попит на товари та послуги знизився, у тому числі, внаслідок вимушеної міграції мільйонів українців у сусідні країни. До того ж, дефіцит фінансових ресурсів, скорочення та вкрай низька державна підтримка стримує відновлення та подальший розвиток суб'єктів малого і середнього підприємництва й, відповідно, звужує ділову активність в економіці та знижує їх конкурентоспроможність. З цих позицій першочергового значення набуває питання формування пріоритетів державної політики у сфері стимулювання розвитку малого і середнього підприємництва в умовах війни в Україні, тобто її теоретичне розроблення та практичне втілення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. *Теоретичні* й *практичні* проблеми функціонування та розвитку *малого і середнього підприємництва* в Україні досліджувались у працях таких вітчизняних дослідників, як З.С. Варналій, Г.І. Карпюк, Р.О. Мірошник, С.В. Мочерний, У.О. Прокоп'єва, В.О. Сизоненко, А.А. Чухно та ін. Наукові розробки зазначених вчених є безцінним внеском у розвиток теорії підприємництва, сприяння *становлення* малого і середнього підприємництва в економіці України, напрацювання методологічних основ розбудови оптимальної системи підтримки його розвитку. Однак, незважаючи на досягнення у цій сфері, недостатнім є висвітлення перспектив розвитку малого і середнього підприємництва в умовах війни в Україні. Особливої уваги потребують питання забезпечення стимулюючого впливу державної політики на розвиток малого і середнього підприємництва в умовах воєнного стану.

Метою статті є аналіз сучасного стану малого і середнього підприємництва та виявлення перспектив щодо ефективного його розвитку в умовах війни в Україні.

Виклад основного матеріалу. В умовах воєнної агресії РФ та активних бойових дій на значній території України, а також враховуючи швидкий характер розвитку та непередбачуваність подій, суб'єкти малого і середнього підприємництва гостро відчували на собі всі негативні наслідки поточної ситуації в країні, пов'язані з негативними економічними процесами в національній економіці внаслідок війни, що призвело до погіршення їх фінансово-економічного стану. Загалом, до початку повномасштабної війни РФ проти України суб'єкти даного сектору створювали близько 64% валового внутрішнього продукту (ВВП) та 7 млн. робочих місць і забезпечували майже 40% податкових надходжень.

Так, в Україні у 2021 р. налічувалось 610 суб'єктів великого підприємництва (або 0,03 % загальної кількості суб'єктів господарювання), решта – суб'єкти малого і середнього підприємництва, у тому числі 17811 суб'єктів середнього підприємництва, 1937827 суб'єктів малого підприємництва (352722 малих підприємств та 1585105 фізичних осіб-підприємців (ФОП)). У 2021 р. у сфері малого та середнього підприємництва в Україні було зайнято 7287,5 тис. осіб, у тому числі 40,7% – на середніх підприємствах, 24,4% – на малих підприємствах і 34,9% – у фізичних осіб-

підприємців. Кількість найманих працівників становила 5600,1 тис. осіб. З них основна частка (53,0 %) була задіяна на середніх підприємствах і 29,9 % – на малих підприємствах [1, с. 8 – 10].

Однак, зважаючи на виклики воєнного часу та ускладнення безпекової ситуації станом на 25.01.2023 р. 26,5% вітчизняних малих і середніх підприємств повністю припинили свою економічну діяльність, 11,1% працівників були відправлені у відпустку, 18,5% працює на умовах скорочення заробітної плати й 21,2% було скорочено (понад 1,1 млн. осіб) [2]. Загальні прямі втрати малого і середнього підприємництва за період війни в Україні сягнули 87 млрд. дол. США (не враховуючи недоотриманих прибутків). У результаті дестабілізації сектору малого і середнього підприємництва та зниження ділової активності падіння ВВП України в 2022 р. оцінюється на рівні 30,3% [3].

Водночас зниження темпів реєстрації нового бізнесу матиме суттєвий негативний вплив на національну економіку. Так, у 2021 р. було створено 58042 нових юридичних осіб і 296389 ФОПів. У 2022 р. в Україні було зареєстровано 33837 нових юридичних осіб і 201295 ФОПів, при цьому **140000 фізичних осіб-підприємців (або 69% від загального обсягу)** – через Єдиний портал державних послуг «Дія», з них 114000 – під час повномасштабної війни. **За видами економічної діяльності найбільше суб'єктів малого і середнього підприємництва було зареєстровано у сферах оптової та роздрібної торгівлі; переробної промисловості; інформації й телекомунікацій; транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності; надання інших видів послуг. Лідерами за кількістю реєстрацій нових юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців є м. Київ, Київська, Львівська, Дніпропетровська, Одеська області [3].** Отже, загалом темпи реєстрації нових суб'єктів малого і середнього підприємництва в Україні у 2022 р. порівняно із 2021 р. скоротились щонайменше на 30%, що згодом може відчутно вплинути на податкові надходження, а також ресурсну базу та відсотковий дохід банківського сектору.

Разом з тим, із середини березня 2022 р. і дотепер триває переміщення (релокація) малих та середніх підприємств із територій, що наближені або перебувають у зоні бойових дій, до безпечніших регіонів Західної України. Так, за рік війни за урядовою програмою релокації в більш безпечні регіони України було переміщено 800 підприємств, 623 з яких вже відновили роботу на новому місці. Для ще 239 здійснюється пошук підходящої локації або способу транспортування. Понад 650 підприємств, які планували релокувати свої виробничі потужності, відмовились від переміщення у зв'язку з деокупацією територій, на яких вони розташовані. Окрім того, нині деякі підприємства повертаються на попередні місця роботи у зв'язку з покращенням там безпекової ситуації, зокрема, в Харківську, Чернігівську та Сумську області (44 підприємства вже повернулись). Найбільше підприємств релоковано до Львівської (24%), Закарпатської (14,5%), Чернівецької (9,8%), Івано-Франківської (8,3%), Хмельницької (7,3%), Тернопільської (6,3%) областей. Серед них найбільшу частину складають підприємства, що

працюють в сфері оптової та роздрібної торгівлі, будівництва, креативної індустрії, а також компанії, які здійснюють діяльність в ІТ сфері [4].

Загалом відносно стримані рішення суб'єктів малого і середнього підприємництва щодо релокації (за рік лише 800 підприємств) пояснюються складнощами з перевезенням обладнання, коштами на релокацію, логістикою тощо. До того ж західні регіони України, куди перевозять підприємства, не достатньо індустріально розвинуті порівняно зі східними областями. Промислова інфраструктура на заході країни не влаштовує багатьох підприємців.

Одним із інструментів, який може вирішити питання інфраструктури для релокованих малих і середніх підприємств, є розвиток індустріальних парків. Станом на 01.01.2023 р. в Україні до Реєстру індустріальних (промислових) парків (далі – Реєстр) включено 60 індустріальних парків, лише у 39 індустріальних парках визначено керуючі компанії, у 12 – є учасники та інші суб'єкти індустріальних парків. Найвищий рівень забезпечення інженерно-транспортною інфраструктурою наявний у 7 індустріальних парках. Всі інші індустріальні парки, особливо на Заході України, мають низьку готовність і перебувають лише на етапах початку робіт зі створення інфраструктури й облаштування території.

У 2022 р., упродовж якого до Реєстру включено дев'ять індустріальних парків, нарощувалася динаміка щодо їх створення переважно у західних регіонах України, зокрема:

- «Марамуреш» (Закарпатська обл.), створений у 2021 р.;
- «Л-ТАУН ПАРК» (Київська обл.);
- «Енергія Буковини» (Чернівецька обл.);
- «Хотин Invest» (Чернівецька обл.), створений у 2021 р.;
- «Малин-Захід» (Житомирська обл.), створений у 2021 р.;
- «Володимир» (Волинська обл.), створений у 2020 р.;
- «Еко-смайт індустріальний парк «ГАЛІТ» (Львівська обл.);
- «Західноукраїнський промисловий ХАБ» (Тернопільська обл.);
- «Ужгород» (Закарпатська обл.) [5].

Нині сформована чітка стратегія подальшого розвитку мережі індустріальних парків. Кабінет Міністрів України розпорядженням від 24.02.2023 р. № 176-р ухвалив Стратегію розвитку індустріальних парків на 2023 – 2030 рр. Метою цієї Стратегії визначено розробку напрямів і способів забезпечення розвитку індустріальних парків в Україні, сприяння формуванню привабливого інвестиційного середовища, сталому розвитку національної економіки та зменшенню обсягу викидів вуглецю [6].

Законом України від 07.09.2021 р. № 1710-ІХ «Про внесення змін до Закону України «Про індустріальні парки» та деяких інших законодавчих актів України щодо залучення інвестицій у промисловий сектор економіки шляхом стимулювання створення індустріальних парків» визначено механізм державного стимулювання облаштування та функціонування індустріальних парків, а саме:

- надання повної або часткової компенсації відсоткової ставки за кредитами (позиками) на облаштування та (або) здійснення господарської діяльності у межах індустріальних парків;

– надання коштів на безповоротній основі для облаштування індустріальних парків та (або) забезпечення будівництва об'єктів суміжної інфраструктури (автомобільних шляхів, ліній зв'язку, засобів тепло-, газо-, водо- та електропостачання, інженерних комунікацій тощо), необхідних для створення та функціонування індустріальних парків;

– здійснення компенсації витрат на підключення та приєднання до інженерно-транспортних мереж;

– надання податкового та митного стимулювання відповідно до законодавства [7, стаття 34, ч. 3].

Отже, розвиток індустріальних парків дозволить полегшити релокацію суб'єктів малого і середнього підприємництва, які змушені перенести свою діяльність до більш безпечних регіонів України, що, у свою чергу, сприятиме створенню додаткової вартості та нових кваліфікованих робочих місць.

Центр розвитку інновацій, Офіс з розвитку підприємництва та експорту, національний проєкт Дія.Бізнес спільно з стратегічним агентством Advanter Group провели дослідження щодо стану малого і середнього підприємництва в Україні під час повномасштабної воєнної агресії Росії проти України. Період опитування: 25.01 – 02.02.2023 р. У ньому взяли участь 535 власників та керівників підприємств (*Advanter Group, Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування в січні 2023 року*). Дослідження виявило, що наразі суб'єкти даного сектору вкрай потребують фінансових ресурсів для реалізації проєктів з відновлення та розвитку підприємництва [2]. За попередніми оцінками, загальні потреби малих і середніх підприємств у фінансуванні складають 73,9 млрд. дол. США і 41% підприємств вважають пріоритетом пошук фінансування. Для релокованих підприємств основні потреби полягають у пошуку виробничих і складських приміщень, пошуку житла для співробітників та фінансової підтримки для покриття оборотних коштів й закупівлі обладнання [8].

За результатами опитування, основними перешкодами для відновлення та розвитку малого і середнього підприємництва в умовах війни в Україні є: відсутність достатньої кількості платоспроможних клієнтів (визначили 50,5 % респондентів), непрогнозованість розвитку ситуації в Україні та на внутрішньому ринку (48,4%), відсутність достатнього капіталу (40,4%), непередбачувані дії держави, що можуть погіршити стан бізнесу (26,0%), недоступність кредитних коштів, у тому числі – програми «Доступні кредити 5-7-9 %» (25,8%), недоступність грантових програм, які оголошені Урядом (20,7%), перешкоди з боку регуляторних та (чи) фіскальних органів (19,4%) [2].

Слід зазначити, що з жовтня 2022 р. перебої з електро-, водо- та теплопостачанням внаслідок ракетних обстрілів енергооб'єктів України стали вагомою перешкодою для малого і середнього підприємництва в більшості областей. Через це значна частина підприємців (**86% малих і середніх підприємств**) були змушені тимчасово призупиняти виробничі процеси в жовтні – листопаді 2022 р. У середньому через відімкнення електроенергії в Україні за листопад 2022 р. мікропідприємства втратили **31% загального обсягу робочого часу, малі і середні підприємства – 21% і 17% відповідно**. Галузі, які забезпечують базові потреби населення,

втратили, у середньому, найменше робочого часу в промисловості через відімкнення електропостачання – 15% поліграфічна, 18% харчова та 19% легка промисловість.

Водночас станом на другу половину грудня 2022 р. **майже три чверті малих і середніх підприємств (74%)** встановили незалежні джерела електропостачання. Однак робота на генераторі робить бізнес збитковим або ж звичайні технічні засоби не можуть забезпечити достатньої потужності для виробництва (вистачає лише на офіс, а не на цехи) [9].

Як показали результати опитування, вплив відключення електроенергії на суб'єктів малого і середнього підприємництва в Україні посилюється: 65,6% опитаних підприємств у січні 2023 р. заявили про зниження оборотів оборотних коштів на 20% і більше через цю причину (порівняно з 48% у листопаді 2022 р.), зокрема, 16,7% підприємств втратили близько половини обороту, ще 12,8% підприємств – втратили до 80% обороту, а 7,8% практично зупинились [2].

В цілому, у січні 2023 р. Індекс активності бізнесу UBI (Ukrainian Business Index) становив 30,76 (зі 100 можливих). Індекс майже не зріс, порівняно з листопадом 2022 р. (30,04), і є нижчим за показник вересня 2022 р. (33,9). Зазначимо, що UBI показує активність підприємницької діяльності, її спроможність нарощувати товарооборот, створювати робочі місця; якщо показник нижче 50, це свідчить про негативні очікування підприємців від подальшого розвитку подій [2]. Відтак продовження бойових дій в Україні, подальше руйнування енергетичної інфраструктури, проблеми із логістикою, зростання виробничих витрат, а також зниження доходів населення вплинули на погіршення оцінок економічних результатів діяльності суб'єктів малого і середнього підприємництва у найближчій перспективі. Окрім того, малі і середні підприємства всіх секторів очікують продовження скорочення загальної чисельності працівників, а також подорожчання власної продукції чи послуг на тлі високої вартості сировини та товарів постачальників.

Водночас повноцінна реалізація потенціалу сектору малого і середнього підприємництва в умовах війни в Україні гальмується низкою проблем, які потребують термінового вирішення. Серед цих проблем слід виокремити такі.

1. Відсутність програмного документа щодо розвитку сектору малого і середнього підприємництва. Починаючи з 2013 р. в Україні реалізовувалася Загальнодержавна програма розвитку малого і середнього підприємництва на 2014 – 2024 роки (згідно з розпорядженням Кабінету Міністрів України від 28.08.2013 р. № 641-р). Кабінетом Міністрів України прийнято розпорядження «Про схвалення Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року» від 24.05.2017 р. № 504-р, яким попереднє розпорядження від 28.08.2013 р. № 641-р визнано таким, що втратило чинність. Незважаючи на проблеми щодо виконання Загальнодержавної програми, передусім недостатнє фінансування її заходів, це був програмний документ, основною метою якого було створення сприятливих умов для провадження діяльності суб'єктами малого і середнього підприємництва, підтримки та розвитку такого підприємництва шляхом впровадження інноваційних технологій. Нині в Україні діє Національна

економічна стратегія на період до 2030 року (затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 03.03.2021 р. № 179), в рамках якої визначено основні вектори розвитку малого і середнього підприємництва в Україні, але відповідної Державної програми сприяння розвитку малого і середнього підприємництва в Україні не розроблено. Це порушує систему планування на основі програмно-цільового методу.

2. Низький рівень доступу суб'єктів малого і середнього підприємництва до фінансів не дає змоги масштабувати їхню діяльність. На сьогодні більше половини середніх підприємств мають потребу в додатковому доступі до фінансів для розвитку своєї діяльності, в той час як для мікро- і малого підприємництва показник потреби становить 34% і 40% відповідно. Основним питанням щодо запиту на кредити є потреба в оборотному капіталі, який суб'єкти малого і середнього підприємництва не можуть покрити власними коштами.

Держава намагається створити сприятливі умови для підтримки та активізації підприємницької діяльності у період дії воєнного стану. Було прийнято низку урядових програм фінансування для малого і середнього підприємництва.

Так, лідером державних програм фінансування є державна програма «Доступні кредити 5-7-9 %», яка надає можливість суб'єктам малого і середнього підприємництва отримати кредити в національній валюті за зниженими відсотковими ставками від 9% до 0% річних. Програма реалізується через уповноважені банки (станом на 06.03.2023 р. – 45 банків) та Фонд розвитку підприємництва (ФРП).

За період дії воєнного стану в Україні (станом на 06.03.2023 р.) у рамках державної програми «Доступні кредити 5-7-9 %» було укладено 22610 кредитних договорів на загальну суму 90,05 млрд. грн. (у тому числі банками державного сектору – 17264 кредитних договори на суму 48,57 млрд. грн.), з яких: 0,87 млрд. грн. – на інвестиційні цілі; 6,93 млрд. грн. – як антикризові кредити; 4,37 млрд. грн. – як рефінансування попередньо отриманих кредитів; 26,47 млрд. грн. – кредити для сільськогосподарських товаровиробників; 51,40 млрд. грн. – на антивоєнні цілі [10]. Пільгові кредити переважно доступні лише аграріям для забезпечення посівної кампанії, тому програму має бути розширено на інші галузі. Також існує необхідність адаптувати програму до нових умов: через різке підвищення облікової ставки Національного банку України з 10% до 25% участь у ній стала збитковою для банків. До того ж ФРП почав із великою затримкою виплачувати фінустановам компенсацію відсоткової ставки, на чому базується «5-7-9».

З 01.07.2022 р. в Україні реалізується урядова грантова програма підтримки малого і середнього підприємництва «Робота». У межах цієї програми підприємці мають можливість отримати від держави безповоротні гранти, зокрема: для започаткування або розвитку мікро- і малого підприємництва (мікрогранти до 250 тис. грн.); на придбання обладнання для створення або збільшення виробничих потужностей переробних підприємств (до 8 млн. грн.); для створення або розвитку садівництва, ягідництва та виноградарства (до 400 тис. грн. за гектар); на розвиток тепличного

господарства (до 7 млн. грн. за 2 гектари); для створення ІТ стартапів (до 3,5 млн.грн); для отримання професії у сфері ІТ (до 30 тис. грн.) [11]. У 2022 р. фінансовою підтримкою від держави за програмою «єРобота» скористались понад 2,5 тис. малих і середніх підприємців, які отримали загалом 1,56 млрд. грн. грантових коштів [12].

В цілому, державні кредитні та грантові програми, що діють в Україні, охоплюють різноманітні галузі малого і середнього підприємництва та дають можливість отримання фінансової підтримки на різних стадіях розвитку підприємств, а також надають можливість підтримання соціальної і навчальної функцій для розвитку підприємницької діяльності. Тому важливо забезпечити стабільність фінансування таких програм та їх сталу реалізацію.

Отже, перспективи подальшого розвитку малого і середнього підприємництва в Україні значною мірою залежать від забезпечення реалізації *ефективної державної політики* щодо стимулювання його розвитку. З метою створення сприятливих умов для розвитку сильного та конкурентоспроможного сектору малого і середнього підприємництва, враховуючи тимчасово обмежені можливості державної фінансової підтримки та значні виклики, що постали перед країною і підприємцями з початком війни в Україні, доцільним є:

- розроблення Державної програми сприяння розвитку малого і середнього підприємництва в Україні, узгодження стратегій та програм розвитку малого і середнього підприємництва на державному, регіональному та місцевому рівні;

- залучення коштів міжнародних фінансових організацій та міжнародних донорів для розширення можливостей фінансування малого і середнього підприємництва;

- створення умов для підвищення рівня доступу малих і середніх підприємств до фінансів, зокрема шляхом подальшої реалізації, удосконалення та популяризації державної програми «Доступні кредити 5-7-9 %»;

- розширення державної грантової програми «єРобота» стосовно дофінансування ІТ-стартапів, які успішно залучають кошти на внутрішньому і зовнішньому ринку;

- впровадження механізмів податкових пільг для малого і середнього підприємництва (податкові канікули, відшкодування частини капітальних інвестицій, спеціальні податкові режими) для суб'єктів, які відновлюють свою діяльність на деокупованих територіях України;

- розширення та створення нових індустріальних парків з розвинутою інженерно-транспортною інфраструктурою, створення сприятливих умов для розвитку малого і середнього підприємництва в межах індустріального парку.

Реалізація поданих пропозицій сприятиме відновленню ділової активності та розвитку малого і середнього підприємництва в Україні й досягненню позитивних суспільно-економічних ефектів.

Висновки. Таким чином, у сучасних умовах жорсткого протистояння російській агресії викликом для економіки України є значне погіршення

показників розвитку малого і середнього підприємництва, зокрема зменшення кількості діючих суб'єктів малого і середнього підприємництва, зниження темпів реєстрації нових суб'єктів, дефіцит власних оборотних коштів у більшості малих і середніх підприємств, скорочення працівників, що матиме суттєвий вплив на податкові надходження, а також ресурсну базу та відсотковий дохід банківського сектору. Основними перешкодами для відновлення і розвитку підприємницької діяльності у період дії воєнного стану є: відсутність фінансових ресурсів; продовження бойових дій; перебої з електро-, водо- та теплопостачанням; руйнування логістики; зростання виробничих витрат; недостатня кількість платоспроможних клієнтів.

Здійснені дослідження дозволили визначити такі проблеми, що стримують розвиток вітчизняного малого і середнього підприємництва у воєнний час: відсутність програмного документа щодо розвитку сектору малого і середнього підприємництва; низький рівень доступу суб'єктів малого і середнього підприємництва до фінансів; недостатньо розвинені державні програми фінансової підтримки ІТ-стартапів; неефективність індустриальних парків (території, які визначені як індустриальні парки, у деяких регіонах не мають інженерно-транспортної інфраструктури).

Сьогодні пріоритетами державної політики у сфері стимулювання розвитку малого і середнього підприємництва в умовах війни в Україні мають бути: розроблення Державної програми сприяння розвитку малого і середнього підприємництва в Україні, узгодження стратегій та програм розвитку малого і середнього підприємництва на державному, регіональному та місцевому рівні; залучення коштів міжнародних фінансових організацій та міжнародних донорів; створення умов для підвищення рівня доступу малих і середніх підприємств до фінансів; розширення державної грантової підтримки ІТ-стартапів; впровадження механізмів податкових пільг для суб'єктів, які відновлюють свою діяльність на деокупованих територіях; розширення та створення нових індустриальних парків з розвинутою інженерно-транспортною інфраструктурою, створення сприятливих умов для розвитку малого і середнього підприємництва в межах індустриального парку.

Список використаної літератури

1. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва за 2021 рік: стат. зб. / за ред. М. Кузнецової. К.: Державна служба статистики України, 2022, 117 с.

2. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування в січні 2023 року // Дія.Бізнес. 21.02.2023. URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/novini/stan-ta-potrebi-biznesu-v-umovah-vijni-rezultati-opituvanna-v-sichni-2023-roku> (дата звернення: 14.03.2023).

3. 69% ФОПів зареєстрували у «Дії», а нових бізнесів з'явилося на третину менше: дослідження VKURSI. 16.01.2023. URL: <https://vkursi.pro/news/content/69-fopiv-ukraintsi-zareiestruvaly-u-dii-a-novykh-biznesiv-ziavylos-na-tretynu-menshe-doslizhennia-v-483047> (дата звернення: 14.03.2023).

4. За рік війни в більш безпечні регіони релоковано 800 підприємств, – Т. Бережна // Міністерство економіки України : офіц. сайт. 02.03.2023. URL:

<https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=a700c206-722a-4752-b5bb-78a1063ae9db&title=ZaRikViiniVBilsh> (дата звернення: 14.03.2023).

5. Індустріальні парки в Україні – 2022 рік // Міністерство економіки України : офіц. сайт. 31.01.2023. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=47454ed4-b60a-4f37-bb77-b7f3127742f8&title=IndustrialniParkiVUkraini2022-Rik> (дата звернення: 16.03.2023).

6. Про схвалення Стратегії розвитку індустріальних парків на 2023 – 2030 роки : розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.02.2023 р. № 176-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/176-2023-%D1%80#Text> (дата звернення: 16.03.2023).

7. Про внесення змін до Закону України «Про індустріальні парки» та деяких інших законодавчих актів України щодо залучення інвестицій у промисловий сектор економіки шляхом стимулювання створення індустріальних парків : закон України від 07.09.2021 р. № 1710-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1710-20#Text> (дата звернення: 16.03.2023).

8. Аналіз актуального стану та пропозиції щодо покращення умов для підприємництва в Україні. 30.08.2022. URL: <https://careerhub.in.ua/doslidzhennya-analiz-aktualnogo-stan/> (дата звернення: 15.03.2023).

9. Щомісячне опитування підприємств «Український бізнес під час війни». Випуск 8. (12.2022) // ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій». 31.01.2023. URL: http://www.ier.com.ua/files/Projects/2023/TDF/ilovepdf_merged-6.pdf (дата звернення: 16.03.2023).

10. Мінфін: За час дії воєнного стану в межах Державної програми «Доступні кредити 5-7-9%» видано 22610 пільгових кредитів на суму більше 90 млрд. грн. // Міністерство фінансів України : офіц. сайт. 06.03.2023. URL: https://mof.gov.ua/uk/news/minfin_za_chas_dii_voennogo_stanu_v_mezhakh_derzhavnoi_programi_dostupni_krediti_5-7-9_vidano_22_610_pilgovikh_kreditiv_na_sumu_bilsh_90_mlr_d_grn-3869 (дата звернення: 17.03.2023).

11. eРобота : офіц. сайт урядової програми «eРобота». URL: <https://erobota.diia.gov.ua/#about> (дата звернення: 18.03.2023).

12. Уряд вдосконалив програми грантової підтримки бізнесу eРобота // Урядовий портал : держ. сайт. України. 18.01.2023. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/uriad-vdoskonalyv-prohramy-hrantovoi-pidtrymky-biznesu-ierobota> (дата звернення: 18.03.2023).

References

1. Kuznietsova, M. (ed.) (2022). *Diiialnist subiektiv velykoho, serednoho, maloho ta mikropidpriemnytstva za 2021 rik* [Activities of the subjects of large, medium, small and micro business in 2021], Kyiv: State Statistics Service of Ukraine. 117 p.

2. Diia.Business (2023). *Stan ta potreby biznesu v umovakh viiny: rezultaty opytuvannia v sichni 2023 roku* [The state and needs of business in the conditions of war: survey results in January 2023]. Available at: <https://business.diia.gov.ua/cases/novini/stan-ta-potrebi-biznesu-v-umovah-vijni-rezultati-opytuvanna-v-sichni-2023-roku> (Accessed 14 March 2023).

3. 69 % FOPiv zareiestruvaly u «Dii», a novykh biznesiv z'явилося na tretynu menshe: doslidzhennia VKURSI [69 % of FOPs were registered in “Diia”, and new businesses appeared by a third less: research VKURSI]. Available at: <https://vkursi.pro/news/content/69-fopiv-ukraintsi-zareiestruvaly-u-dii-a-novykh-biznesiv-z'avylos-na-tretynu-menshe-doslizhennia-v-483047> (Accessed 14 March 2023).

4. Berezhna, T. (2023). *Za rik viiny v bilsh bezpechni rehiony relokovano 800 pidpriemstv* [During the year of the war, 800 enterprises were relocated to safer regions], The official website of Ministry of Economy of Ukraine. Available at: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=a700c206-722a-4752-b5bb-78a1063ae9db&title=ZaRikViiniVBilsh> (Accessed 14 March 2023).

5. The official website of Ministry of Economy of Ukraine (2023), *Industrialni parky v Ukraini – 2022 rik* [Industrial parks in Ukraine - 2022]. Available at: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=47454ed4-b60a-4f37-bb77-b7f3127742f8&title=IndustrialniParkiVUkraini2022-Rik> (Accessed 16 March 2023).

6. Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine “On the approval of the Industrial Parks Development Strategy for 2023-2030” № 176 (2023, February 24). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/176-2023-%D1%80#Text> (Accessed 16 March 2023).

7. The Law of Ukraine “On the introduction of amendments to the Law of Ukraine “On Industrial Parks” and some other legislative acts of Ukraine regarding the attraction of investments in the industrial sector of the economy by stimulating the creation of industrial parks” № 1710-IX (2021, September 07). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1710-20#Text> (Accessed 16 March 2023).

8. *Analiz aktualnogo stanu ta propozytsii shchodo pokrashchennia umov dlia pidpriemnytstva v Ukraini* [Analysis of the current state proposals for improving conditions for business in Ukraine]. Available at: <https://careerhub.in.ua/doslidzhennya-analiz-aktualnogo-stan/> (Accessed 15 March 2023).

9. Non-governmental organization “Institute of Economic Research and Political Consultations” (2022), *Shchomisiachne opytuvannia pidpriemstv «Ukrainskyi biznes pid chas viiny»* [Monthly survey of the enterprises “Ukrainian business during the war”], no.8. Available at: http://www.ier.com.ua/files/Projects/2023/TDF/ilovepdf_merged-6.pdf (Accessed 16 March 2023).

10. The official website of Ministry of Finance of Ukraine (2023), *Minfin: Za chas dii voiennoho stanu v mezhakh Derzhavnoi prohramy «Dostupni kredyty 5-7-9 %» vydano 22610 pilhovykh kreditiv na sumu bilsh 90 mlrd. hrn.* [Ministry of Finance: During of validity of state of war within the State Program “Affordable Loans 5-7-9%” was issued 22610 preferential loans in the amount of more than UAH 90 billion]. Available at: https://mof.gov.ua/uk/news/minfin_za_chas_dii_voiennoho_stanu_v_mezhakh_derzhavnoi_programi_dostupni_krediti_5-7-9_vidano_22_610_pilgovikh_kreditiv_na_sumu_bilsh_90_mlrd_grn-3869 (Accessed 17 March 2023).

11. The official website of the Government program “eRobota” (2023). Available at: <https://erobota.diiia.gov.ua/#about> (Accessed 18 March 2023).

12. State website of Ukraine “Government portal” (2023), *Uriad vdoskonalyv prohramy hrantovoi pidtrymky biznesu yeRobota* [The Government has improved

the programs grant support for business eRobota]. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/news/uriad-vdoskonalyv-prohramy-hrantovoi-pidtrymky-biznesu-ierobota> (Accessed 18 March 2023).

THE STATE AND PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS IN THE CONDITIONS OF WAR IN UKRAINE

Viktoriia M. Orlova, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).

E-mail: orlova@duan.edu.ua

Olena R. Serhieieva, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).

E-mail: sergeeva.e@duan.edu.ua

Oksana V. Kuzmenko, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).

E-mail: v.dh.ptb@duan.edu.ua

DOI: 10.32342/2074-5362-2023-1-34-6

Keywords: *small and medium business, stimulation of the development of small and medium business, state policy, state programs, business activity, industrial parks, financing*

This paper investigates the current state of small and medium business in Ukraine. The protracted nature of the war in Ukraine significantly destabilizes the activities of the subjects of this sector and leads to the deterioration of its development indicators. In particular, a decrease in quantity of active entities small and medium business, a decrease in the rate of registration of new entities, a shortage of own working capital in most small and medium enterprises will have a negative impact on the national economy. The main obstacles to the recovery and development of business activity during the period of validity of state of war are identified. It is the lack of financial resources; continuation of hostilities; interruptions in electricity, water and heat supply; destruction of logistics; increase in production costs; insufficient quantity of paying customers.

The peculiarities of state support of small and medium business in Ukraine during the war are considered. The problems hindering the development of national small and medium business in the conditions of war are identified. It is the absence of a program document on the development of the small and medium business sector; low level of access to finance by small and medium business entities; insufficiently developed state financial support programs for IT startups; inefficiency of industrial parks.

Proved, that the prospects of the development of small and medium business largely depend on ensuring the implementation of an effective state policy to stimulate its development. In this context, the priorities of the state policy in the sphere of stimulating the development of small and medium business in the conditions of the war in Ukraine are substantiated. It is the development of the State program for promoting the development of small and medium business in Ukraine, coordination of strategies and programs for the development of small and medium business at the state, regional and local levels; attraction of money from international financial organizations and international donors; creation of conditions for increasing the level of access of small and medium enterprises to finance; expansion of state grant support for IT startups; implementation of mechanisms of tax benefits for entities that resume their activities in the de-occupied territories; expansion and creation of new industrial parks with developed engineering and transport infrastructure, creation of favorable conditions for the development of small and medium business within the industrial park.

Одержано 19.04.2023.

УДК 336.761

DOI: 10.32342/2074-5362-2023-1-34-7

З.С. ПЕСТОВСЬКА,

*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри
інноваційного менеджменту та фінансової аналітики
Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро (Україна)
<https://orcid.org/0000-0001-9536-8008>*

ВІДСУТНІСТЬ ФОНДОВОГО РИНКУ: ЧИ Є АЛЬТЕРНАТИВА EVA, EPS, P/E

У статті доведено, що актуальною є необхідність визначення показників ефективності компанії та удосконалення методів визначення капіталізації і прибутковості, для чого замало даних бухгалтерського обліку, де ігноруються витрати на отримання капіталу, вплив змін облікової політики, можливість маніпуляції даними. Розглянуто сутність і призначення показників EVA, EPS, P/E, щоб запропонувати шляхи їх модифікації чи заміни в умовах відсутності фондового ринку. Доведено, що показник ринкова капіталізація неможливо використовувати для неакціонерних товариств; а головна проблема визначення EVA в умовах відсутності фондового ринку – визначення вартості власного капіталу, тому запропоновано обирати один з класичних підходів до оцінки вартості капіталу (витратний, доходний, ринковий). Також запропоновано для стратегічного управління обрати показник NPV, адже максимізація NPV, навіть за від'ємних значень EVA, часом є пріоритетнішим завданням, ніж максимізація EVA. З'ясовано, що використання NPV має ту саму проблему, що й EVA, - вибір ставки дисконтування, тому запропоновано інші способи розрахунку вартості власного капіталу: модель оцінки капітальних активів (CAPM); проценти за довгостроковими урядовими облігаціями або депозитними вкладками; середня рентабельність у галузі. EPS запропоновано замінити рентабельністю власного капіталу і навіть рентабельністю статутного капіталу. P/E замінити складно, оскільки розрахунок ринкової вартості за таких умов відсутній. Зазначено, що типи підприємств, які зазвичай є публічними та приватними, відрізняються. Незважаючи на те, що на ранніх стадіях вони є малими, технологічні фірми зазвичай стають публічними. Малі компанії зазвичай відчувають більший негативний вплив вищих процентних ставок та інфляції. Підсумовано, що до всіх показників слід ставитися скептично і використовувати їх лише як інструменти, а не як драйвери, і під час цілісної оцінки інвестицій слід враховувати також інші фактори: дивіденди, прогнозовані майбутні прибутки, корпоративну культуру, соціальну відповідальність компанії.

Ключові слова: *ринкова капіталізація, біржа, економічна додана вартість (EVA), середньозважена вартість капіталу (WACC), імпульс економічної доданої вартості (EVA Momentum, EVAM), чистий прибуток на акцію (EPS), відношення ринкової вартості акції до чистого прибутку на акцію (P/E), чиста теперішня вартість (NPV)*

The article proves that there is an urgent need to determine the key performance indicators of the company and to improve the methods of determining capitalization and profitability, for which accounting data is insufficient, because it ignores the costs of capital obtaining, the impact of changes in accounting policies, and the possibility of data manipulation. It was determined that in countries with a developed stock market, the performance of public companies is most

often predicted through their share prices, return on assets (ROA), return on equity (ROE), earnings per share (EPS), return on invested capital (ROIC), return on investment (ROI), Economic Value Added (EVA), Economic Value Added Momentum (EVAM). It was found that Ukraine is a unique example of the disappearance in recent years of a stock market created from scratch in the 1990s; the causes of the problems hindering the development of the stock market of Ukraine are outlined.

The essence and purpose of EVA, EPS, P/E indicators are considered in order to propose ways of their modification or replacement in the absence of a stock market. It has been proven that the market capitalization indicator cannot be used for non-joint-stock companies; and the main problem of determining EVA for a non-joint-stock company or in the absence of a stock market is determining the value of equity capital. Under such conditions, it is proposed to choose one of the classic approaches to the assessment of the value of capital - expense (Method of net assets, Method of probability of liquidation), income (Method of discounted dividends, Method of discounted cash flows), market (Method of multipliers, Method of deals, Method of industry ratios). It is also suggested to choose the Net Present Value (NPV) indicator for strategic management, because NPV maximization, even with negative EVA values, is sometimes a higher priority task than EVA maximization. But using NPV has the same problem as EVA using, it is choosing a discount rate. Various methods of calculating the value of equity capital are proposed: the capital asset valuation model (CARM); subjective assessment: interest on long-term government bonds or deposits; average profitability in the industry. Earnings per share (EPS) can be replaced by return on equity and even return on equity. With the ratio of the market value of the share to the net earnings per share (P/E), it is much more difficult, because the calculation of the market value under such conditions is not available.

It is noted that the types of enterprises, which are usually public and private, differ. For example, despite being small in their early stages, technology firms typically go public. Smaller companies tend to experience a greater negative impact from higher interest rates and inflation.

It is concluded that all indicators should be treated with skepticism and used only as tools, not as drivers, and other factors should also be taken into account during the holistic assessment of investments: dividends, projected future profits, corporate culture, social responsibility of the company.

Keywords: market capitalization, stock market, economic value added (EVA), weighted average cost of capital (WACC), EVA Momentum (EVAM), earnings per share (EPS), price to earnings ratio (P/E), net present value (NPV)

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Показники ефективності відіграють важливу роль у створенні цінності для організацій. Однак для керівництва є складним завданням вибрати відповідний показник ефективності, який точно вимірює продуктивність організації за конкретний період часу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми, і на які спирається автор. У світовій фінансовій науці й практиці можна знайти чимало робіт, як класичних, так і новаторських, які присвячені питанням визначення ринкової капіталізації компаній, фактичної прибутковості фірм, вартості капіталу, доходу на акцію для акціонерів з метою запозичення, злиття, придбання, наприклад, таких авторів: Алшехаден А., Бабій О.М., Банхам Р., Бехера С., Дімсон Е., Ліндман С., Маїнуддіна Р., Омнея А., Расул Н., Селіванова К.В., Стюарт Б., Третьякова О.В., Чемберс Д., Шишков С.Є. та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Майже до початку ХХІ століття для визначення показників ефективності і прибутковості компаній застосовувалися лише дані бухгалтерського обліку. Але цього виявилось замало, оскільки ігнорувалися витрати на отримання капіталу, вплив змін облікової політики, можливість маніпуляції даними та зловживань. Постала необхідність визначити ключові показники ефективності компанії та удосконалити методи визначення капіталізації і прибутковості.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даної роботи є пошук альтернатив класичним показникам фондового ринку для визначення привабливості емітентів акцій. Дана мета зумовила постановку таких завдань: надання характеристики класичним показникам фондового ринку (ринкова капіталізація, EVA, EPS, P/E та ін.), розгляд їх переваг та недоліків задля пошуку альтернативних показників, формулювання пропозицій щодо оцінки привабливості емітентів в умовах відсутності (нерозвиненості) фондового ринку або оцінки бізнесу неакціонерних товариств.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У країнах, де є розвинений фондовий ринок, ефективність публічних компаній найчастіше прогнозується через ціни їхніх акцій. Також для оцінки фінансового стану компаній використовується низка показників: рентабельність активів (ROA), рентабельність капіталу (ROE), прибуток на акцію (EPS), рентабельність інвестованого капіталу (ROIC), рентабельність інвестицій (ROI), економічна додана вартість (EVA), імпульс економічної доданої вартості (EVAM) [1].

Ринкова капіталізація визначається як добуток кількості акцій товариства на їхню ринкову ціну. Це абсолютний показник, отже, за ним неможливо порівнювати різні компанії. Практично він характеризує вартість, яку могли б отримати власники товариства, якщо б продали свої корпоративні права на товариство, або, інакше кажучи, характеризує ринкову вартість акціонерного капіталу. Використання показника ринкової капіталізації можливе лише для акціонерних товариств, акції яких котируються на біржі, і обороти за якими є систематичними та значними. Це робить неможливим використання такого показника для підприємств інших організаційно-правових форм та для акціонерних товариств, не представлених на біржі.

Тут на допомогу може прийти показник EVA, який показує прибутки, які можна отримати, інвестуючи в певну компанію, а також максимізує багатство акціонера, впливаючи на прибутковість акцій. Якщо EVA компанії зростає, вона має прогресувати в певній комбінації [2]:

- ефективна робота: коли компанія скорочує витрати або встановлює вищі ціни, тобто коли вона знаходить способи збільшити прибуток без залучення капіталу, її EVA збільшується;

- ефективне управління активами: EVA виходить далеко за рамки оптимізації прибутків і збитків, оскільки це єдиний показник ефективності прибутку, який збільшується, коли балансові активи зменшуються. Коли менеджери прискорюють оборот активів і оптимізують ланцюжок постачання, вони вивільняють дорогий капітал і додають EVA, а коли

менеджери неправильно розподіляють капітал і не можуть покрити поточні витрати, EVA зменшується, тобто є вбудована дисципліна для відповідального інвестування капіталу.

Використання EVA, сформульованої з припущенням постійного нормального ринкового прибутку, не завжди є доречним, тому доцільно застосовувати змінні у часі дисконтні ставки [3]. EVA також підтримує чесність працівників. У короткостроковій перспективі для досягнення найкращих показників і забезпечення найвищого бонусу менеджери можуть підвищити ціни на продукт, щоб покращити норму прибутку, або можуть зменшити витрати, які будуть важливими для організації в довгостроковій перспективі, наприклад, дослідження та розробки. Маючи певні переваги, показник EVA також зіткнувся з обмеженням використання через свої абсолютні грошові показники, які не враховують розміри компаній [4].

Є багато країн, де фондові ринки не надто потужні або дуже нестабільні, і тому тут майже неможливо використовувати показники EPS та P/E.

Обсяги українського фондового ринку у світовому масштабі залишаються незначними. Сумарно за 2020 р. обсяг торгів цінними паперами склав близько 282,6 млрд грн (10 млрд дол. США). Для порівняння, обсяг торгів на Варшавській фондовій біржі щорічно складає більше 340 млрд дол. США, а на Нью-Йоркській фондовій біржі щодня торгується паперів на суму близько 54 млрд дол. США [5]. Фондовий ринок України має безліч проблем, які гальмують його розвиток [6]:

– необґрунтованість, несвоєчасність інформації про діяльність учасників фондового ринку;

– недостатнє законодавче регулювання;

– низька ліквідність;

– скорочення мережі фондових бірж;

– досить низький рівень капіталізації;

– економічна та політична нестабільність в країні;

– недостатній рівень фінансової грамотності населення;

– наявність тіньової економіки;

– обмежена кількість ліквідних та інвестиційно привабливих фінансових інструментів.

Україна являє собою унікальний приклад, де створений з нуля на початку 1990-х років ринок акцій, зокрема біржовий сегмент, в останні роки практично зник. Обіг акцій здійснюється майже винятково поза біржами; частка акцій у загальній структурі біржових торгів в останні роки становила менше ніж 1%. Причини цього такі [7]:

– багаторічна неспроможність держави (в особі регулятора – НКЦПФР) захистити економічні інтереси міноритарних акціонерів;

– відсутність сформованого середовища інституційних інвесторів;

– надмірна кількість АТ, створених під час приватизації без будь-якої інвестиційної мети;

– тотальна відірваність об'єктивних економічних процесів від їх інституційного оформлення в законодавстві;

– регуляторна дисфункція – НКЦПФР фактично заохочувала побудову фантомного ринку, принципово відірваного на всіх рівнях від економічного змісту інвестування.

Розглянемо більш детально сутність і призначення показників EVA, EPS, P/E, для того щоб зрозуміти, як їх можна модифікувати чи замінити в умовах відсутності фондового ринку.

Економічна додана вартість (Economic Value Added, EVA) є показником фінансової ефективності фірми. Основна ідея EVA полягає в тому, щоб перетворити обліковий прибуток, зафіксований у фінансовій звітності, на економічний прибуток шляхом вирахування з нього вартості капіталу. EVA - це різниця між чистим операційним прибутком після оподаткування (NOPAT) і середньозваженою вартістю капіталу (WACC). Концепція EVA часто використовується як ідентифікатор заохочень і винагород менеджерів [8].

EVA є індикатором якості управлінських рішень: постійна позитивна його величина свідчить про збільшення вартості компанії, а від'ємна - про її зниження. Збільшення вартості бізнесу можливо [9, с. 21-22]:

- за рахунок збільшення доходу від реалізації та зменшення витрат;
- за рахунок вкладення коштів в інвестиційні проекти, рентабельність яких перевищує витрати на капітал, залучений у реалізацію такого проекту;
- шляхом підвищення ефективності управління активами;
- шляхом управління структурою капіталу.

$$EVA = NOPAT - (\text{Інвестований капітал} * WACC), \quad (1)$$

де NOPAT - Net Operating Profit after Tax, Чистий операційний прибуток після податків,

WACC - Weighted average cost of capital, Середньозважена вартість капіталу.

Інвестований капітал - це сума простих та привілейованих акцій за їх номінальною (оголошеною) вартістю, а також додатково вкладений капітал (сума, на яку вартість реалізації випущених акцій перевищує їхню номінальну вартість).

Вартість капіталу визначає рівень витрат підприємства щодо залучення власного або позикового капіталу, а також визначає рівень доходу кредиторів, які надали позики підприємству, чи акціонерів, які вклали кошти в акції цього підприємства. Необхідна норма рентабельності власного капіталу змінюється залежно від апетиту інвесторів до ризику.

В свою чергу:

$$WACC = \sum(We * Re) + (1 - T) * \sum(Wd * Rd), \quad (2)$$

де We - частка власного капіталу у загальному капіталі компанії,

Wd - частка позикового капіталу,

Re - вартість власного капіталу,

Rd - процентна ставка позикового капіталу,

T – податок на прибуток.

$$NOPAT = EBIT * (1 - T), \quad (3)$$

де T - ставка податку на прибуток,

ЕВІТ – Earnings Before Interest and Taxes, Прибуток до врахування витрат на податок на прибуток та процентних витрат
 ЕВІТ = Чистий прибуток + Відсоткові витрати –
 - Відсотковий дохід + Податок на прибуток (4)

Розмір ЕВІТ має велике значення, оскільки він генерує ресурси, які використовує підприємство для сплати відсотків і податків, виплати дивідендів і погашення кредитів.

Отже, вартість компанії зростатиме, якщо рентабельність інвестованого капіталу (ЕВІТ) перевищує WACC. Абсолютне значення EVA залежатиме як від цього перевищення, так і від суми інвестованого капіталу.

При використанні EVA, як було зазначено вище, виправляються спотворення бухгалтерського обліку за різними стандартами. Наприклад, вимога відносити витрати на дослідження та розробки (НДДКР) одразу на витрати, а не на витрати майбутніх періодів. Те саме відбувається і з витратами на рекламу та просування для відкриття бізнесу чи створення бренду. EVA збільшується лише в тому випадку, якщо вигоди, з точки зору оптимізації витрат і переправлення капіталу, перевищують вартість будь-якого нового капіталу, інвестованого в реструктуризацію. Інші приклади: облік орендованих активів так, ніби вони належать компанії, усунення викривлення вартості вибуття, визнання вартості відстрочених податків [2].

Імпульс економічної доданої вартості (EVA Momentum, EVAM) – це зміна економічного прибутку порівняно з продажами за попередній період, інструмент вимірювання економічного прибутку, який є нейтральним до ситуації та розміру. EVA Momentum бере минулий EVA і перетворює його на співвідношення - зміна EVA, поділена на продажі за попередній період. Це співвідношення є темпом зростання EVA, масштабованого до продажів. EVA Momentum - це єдине співвідношення продуктивності, де більше завжди краще, ніж менше [10].

$$EVAM = (EVA_1 - EVA_0) / Sales_0 \quad (5)$$

Основний принцип EVA: вартість капіталу не повинна ігноруватися, а має залишатися в центрі уваги інвесторів. EVA дає аналітикам та всім іншим можливість скептично дивитися на звіти та прогнози EPS.

Для компанії в умовах розвиненого фондового ринку важливим є підтримання певного рівня Чистого прибутку на акцію (EPS) та нарощування показника Відношення ринкової вартості акції до чистого прибутку на акцію (P/E) – індикатора сприйняття ринком перспектив розвитку компанії.

Ключова відмінність між EPS і P/E полягає в тому, що EPS є показником прибутковості компанії, тоді як коефіцієнт P/E є показником оцінки акцій. Інвестори та аналітики вважають прибуток на акцію важливим показником для оцінки акцій компанії. EPS надає інформацію про прибутковість компанії та є ключовим фактором у визначенні ціни акцій. Коефіцієнт P/E часто використовується для порівняння різних акцій або для порівняння акцій компанії з аналогами. Співвідношення P/E також можна використовувати, щоб оцінити, недооцінена чи переоцінена акція [11].

Співвідношення ціни до прибутку (P/E) зазвичай використовується як відносна міра оцінки між компаніями в одній галузі, також може бути корисним порівняти співвідношення P/E для конкретної компанії або індексу з часом. Інвестори та аналітики уважно стежать за коефіцієнтом P/E за індексом Standard and Poor's 500 (S&P 500), оскільки вважається, що він дає дані про температуру загального фондового ринку [12]. Високий коефіцієнт P/E може вказувати на те, що ціна акції є високою відносно її прибутку, і потенційно означає, що акція переоцінена, і навпаки. Щоб дізнатися поточну ціну акцій компанії, треба ввести її тикер (коротка назва біржових інструментів) на будь-якому фінансовому веб-сайті.

Не варто використовувати співвідношення ціни акцій P/E ізольовано (його завжди слід порівнювати з аналогами в галузі чи ринку). Часто є необхідним подальше дослідження компанії, бо може виявитися, що вона щойно втратила великий контракт, або призначила генерального директора з хорошою репутацією за скорочення витрат [13].

P/E (Price-Earnings Ratio, Співвідношення ціни та прибутку) показує, скільки інвестори готові заплатити за прибуток компанії:

$$\begin{aligned} \text{P/E (Price-Earnings Ratio, Співвідношення ціни та прибутку)} &= \\ &= \text{ціна за акцію} / \text{прибуток на акцію} \end{aligned} \quad (6)$$

$$\begin{aligned} \text{EPS (Earnings per share, Прибуток на акцію)} &= \\ &= \text{чистий прибуток - дивіденди за привілейованими акціями} / \\ &\quad / \text{середня кількість акцій в обігу} \end{aligned} \quad (7)$$

$$\begin{aligned} \text{Поточний коефіцієнт P/E (Current P/E ratio)} &= \text{Ринкова ціна на акцію} / \\ &\quad / \text{Прибуток на акцію за останній фінансовий рік} \end{aligned} \quad (8)$$

$$\begin{aligned} \text{Остаточний коефіцієнт P/E (Trailing P/E ratio)} &= \text{Ринкова ціна за акцію} / \\ &\quad / \text{Останні чотири чверті прибутку на акцію} \end{aligned} \quad (9)$$

$$\begin{aligned} \text{Форвардний коефіцієнт P/E (Forward P/E ratio)} &= \text{ринкова ціна на акцію} / \\ &\quad / \text{Очікуваний прибуток на акцію в наступному році} \end{aligned} \quad (10)$$

Trailing P/E є найвикористовуванішою формулою, оскільки вона є найбільш об'єктивною. Форвардний P/E завжди базується на обґрунтованому припущенні. Однак показники компанії в минулому не завжди співвідносяться з тим, як вона буде працювати в майбутньому, тому з цієї причини деякі інвестори вважають за краще дивитися на прогнозний P/E [13]. Хоча співвідношення P/E є одним із найпопулярніших способів оцінки акцій, це не єдиний показник, який інвесторам слід враховувати. Наприклад, деякі акції можуть мати низькі співвідношення P/E, оскільки вони мають низький потенціал зростання. Високе співвідношення P/E не завжди є поганим, особливо високий остаточний P/E, можливо, компанія готова до зростання - це може не відобразитися на кінцевому P/E, але може бути очевидним на прогнозному P/E [13].

Коефіцієнт P/E можна отримати з моделі дисконтованого грошового потоку, де вартість власного капіталу (Value of Equity, P_0) визначається як:

$$P_0 = \text{DPS}_1 / (k_c - g_n), \quad (11)$$

де DPS_1 - очікувані дивіденди в наступному році,

k_c - вартість власного капіталу,

g_n - очікуваний стабільний темп зростання.

Розділивши обидві частини рівняння на прибуток, отримаємо P/E:

$$P_0 / \text{EPS}_0 = P/E = \text{Payout ratio} * (1 - g_n) / (k_c - g_n), \quad (12)$$

де EPS_0 - прибуток на акцію,

Payout ratio, коефіцієнт виплати - річний дивіденд на акцію, поділений на прибуток на акцію.

Коефіцієнт P/E визначається коефіцієнтом виплат, ризиком і очікуваним темпом зростання прибутку [14].

В оцінюванні очікуваної дохідності є два поширені підходи. Перший передбачає розрахунок очікуваної реальної дохідності на основі оберненої величини до коефіцієнта Шиллера P/E (E/P, дохідність за прибутками на основі чистих прибутків за минуле десятиліття). Другий ґрунтується на моделі дисконтування дивідендів (dividend discount model, DDM): сума дивідендної дохідності та тренду зростання дивідендів на акцію (dividends-per-share, DPS) або чистого прибутку на акцію (earnings-per-share, EPS) у реальному вимірі, де автор для спрощення застосовує константу 1,5 % в якості емпіричної оцінки довгострокових темпів зростання DPS чи EPS у реальному вимірі. Концептуально модель DDM включає третю складову, окрім дохідності й темпів зростання: очікувані зміни в ринковому оцінюванні вартості активів у цілому. Припустимо, що цей термін є нульовим, або іншими словами, якщо сьогодні ринок виглядає переоціненим, то така завищена оцінка для всіх активів може зберігатись у майбутньому [15, с. 47-48].

Якщо узагальнити формули (1) – (4) у термінах української фінансової звітності, формула EVA виглядатиме так:

$$\begin{aligned} \text{EVA} = & (\text{Чистий прибуток} + \text{Фінансові витрати} - \text{Фінансові доходи} + \\ & \text{Податок на прибуток}) * (1 - \text{ставка податку на прибуток}) - \\ & (\text{Статутний капітал} * (\text{вартість власного капіталу} * \\ & \text{частка власного капіталу} + (1 - \text{ставка податку на прибуток}) * \\ & \text{вартість позикового капіталу} * \text{частка позикового капіталу}) \end{aligned} \quad (13)$$

У фінансовій звітності (форми 1, 2, 5) ми можемо знайти всі показники, крім вартості власного капіталу.

EVA є позитивним, коли компанія отримує прибуток на капітал, що перевищує вартість капіталу. Отже, головна проблема визначення EVA для неакціонерного товариства або в умовах відсутності фондового ринку – визначення вартості власного капіталу. В умовах відсутності фондового ринку для розрахунку WACC можна вибрати один з класичних підходів

та методів оцінки вартості капіталу – витратного (Метод чистих активів, Метод імовірності ліквідації), доходного (Метод дисконтованих дивідендів, Метод дисконтованих грошових потоків), ринкового (Метод мультиплікаторів, Метод угод, Метод галузевих співвідношень). Доходний базується на прогнозі, скільки підприємство згенерує економічних вигід в майбутньому, що дисконтується на відповідні очікування ризикованості бізнесу. Ринковий має в основі ціну, яку інвестори готові заплатити за схожі підприємства.

Можливо, кориснішим для стратегічного управління буде застосування показника Чиста теперішня вартість (NPV, Net Present Value), адже максимізація NPV, навіть за умови від'ємних значень EVA, в певні моменти часу є пріоритетнішим завданням, ніж максимізація EVA. Проте, використання NPV має майже ту саму проблему, що й EVA, - вибір ставки дисконтування. Це питання досі не знайшло однозначної відповіді.

Можливі способи розрахунку вартості власного капіталу:

– модель оцінки капітальних активів (CAPM), за якої слід скористатися інформацією щодо значення β -коефіцієнта, безризикової процентної ставки та середньої доходності на ринку, що породжує нові проблеми через відсутність β -коефіцієнта та однозначної безризикової процентної ставки;

– суб'єктивна оцінка: проценти за довгостроковими облігаціями або депозитними вкладками плюс надбавка за специфічні ризики, характерні для даного виду діяльності;

– середня рентабельність у галузі, проте, насправді, це не те саме, що ціна, за яку інвестори зголосяться вкласти кошти в підприємство: рентабельність має в основі балансову вартість власного капіталу, а ціна залучення - ринкову оцінку вартості капіталу підприємства та його доходів.

В такій ситуації можна використовувати ставки доходу за довгостроковими урядовими облігаціями, які зазвичай характеризуються низьким ризиком дефолту і високим ступенем ліквідності, а також враховують довгостроковий вплив інфляції. Вони, на відміну від короткострокових, дають можливість зіставлення з інвестиціями у власний капітал підприємства (інвестиційного проекту) на тривалий проміжок часу.

Важливими визначальними факторами нестабільності прибутку на ринку є: індекс промислової продукції, індекс цін виробників, рівень безробіття та загальний фонд оплати праці в несільськогосподарському секторі; доцільніше використовувати кілька одноперіодних ставок як коефіцієнти дисконтування, а не одну ставку [3].

Щодо суб'єктивної оцінки при визначенні вартості капіталу, то слід звернути увагу на таке:

– чим займається підприємство, яку нішу займає, які в нього досягнення, які прогнози щодо попиту на його продукції, чи є конкуренти;

– хто власники, партнери, клієнти, інвестори, кредитори підприємства;

– динаміка доходу від реалізації та чистого прибутку;

– причини збитків, чи не були це марні витрати на розробку, модернізацію продукту чи збільшення обсягу виробництва;

– наявність грошових коштів на поточному рахунку, платоспроможність.

Вартість залученого капіталу в більшості випадків береться як вартість кредитів комерційному сектору економіки.

У якості показника вартості інвестицій можна використовувати EBITDA – прибуток до вирахування зносу та амортизації, тому що він усуває вплив амортизації та податків, і на нього не впливають показники левериджу [2], хоча він має не дуже тісний зв'язок з ринковою вартістю.

EVA фактично є прямою протилежністю EBITDA, тому що він вимірюється після сплати податків, після відрахування амортизації як заміника грошових коштів, необхідних для поповнення необоротних активів, і після гарантії, що всі інвестори, кредитори та акціонери в однаковій мірі отримують винагороду.

Звісно, такий варіант не є оптимальною заміною, оскільки EBITDA має свої недоліки:

- не заохочує до дисципліни щодо залучення або інвестування капіталу;
- ігнорує цінність управління активами та прискорення обертання активів, що призводить до вивільнення зайвого капіталу.
- занижує цінність аутсорсингу, тому що ігнорує переваги продажу пов'язаних активів і вивільнення капіталу;
- надає перевагу продуктам і послугам з вищою рентабельністю, незалежно від використаного додаткового капіталу;
- не враховує податкову оптимізацію.

Можна скоригувати вплив цих недоліків за допомогою аналізу оборотності оборотного капіталу, співвідношення капітальних витрат і продажів, рентабельності капіталу, що, звісно, ускладнить розрахунки.

Неакціонерні компанії, які, як правило, менші та мають менший доступ до ліквідного капіталу, повинні бути впевнені, що зможуть фінансувати зростання консервативно, для чого встановлюють вартість капіталу в EVA на 1-2 в.п. вище, ніж для аналогічного акціонерного товариства [10].

У пошуках можливостей заміни показників EPS та P/E в умовах відсутності фондового ринку можна відштовхуватися від існуючих обмежень щодо їх використання:

- EPS не враховує кількість акцій в обігу і не враховує борг компанії;
- P/E не враховує борг компанії і базується на історичних даних.

Чистий прибуток на акцію (EPS) можна замінити рентабельністю власного капіталу і навіть рентабельністю статутного капіталу.

З показником Відношення ринкової вартості акції до чистого прибутку на акцію (P/E) набагато складніше, оскільки розрахунок ринкової вартості за таких умов відсутній.

Для неакціонерних компаній інвестори і аналітики розраховують варіант співвідношення P/E, який називається Price/EBITDA - Відношення ціни продажу (бізнесу) до прибутку до сплати відсотків і податків (Ціна / EBITDA). Хоча формула дещо відрізняється, співвідношення P/E і співвідношення Price/EBITDA повинні відповідати тим самим тенденціям [12]. Одним із найкращих ресурсів даних про співвідношення Ціна/EBITDA для приватних компаній є індекс вартості DealStats, який публікується Business Valuation Resources [16].

Одним із можливих пояснень нинішнього заниження середнього співвідношення Ціна/ЕВІТДА для неакціонерних компаній є збільшення премії за розмір, тобто, тенденції великих компаній торгувати дорожче через те, що вони сприймаються менш ризикованими та мають більший доступ до капіталу. До того ж, типи підприємств, які зазвичай є публічними та приватними, відрізняються. Наприклад, незважаючи на те, що на ранніх стадіях вони є малими, технологічні фірми зазвичай стають публічними. Малі компанії зазвичай відчувають більший негативний вплив вищих процентних ставок та інфляції [12].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Підводячи підсумки, треба зазначити, що до всіх показників слід ставитися скептично і використовувати їх лише як інструменти, а не як драйвери. EVA не враховує змінні, що сприяють довгостроковому успіху компанії, - залученість співробітників і лояльність клієнтів. Усі наведені показники дають інвесторам цінну інформацію про акції та дозволяють їм робити корисні порівняння між компаніями. Однак під час цілісної оцінки інвестицій важливо враховувати й інші фактори: дивіденди, прогнозовані майбутні прибутки, корпоративну культуру, соціальну відповідальність компанії, що може стати метою наступних досліджень.

Список використаної літератури

1. Maenuddina R. B., Hussain A., Hafeez M., Khan M., Wahi N. Economic Value Added Momentum & Traditional Profitability Measures (ROA, ROE & ROCE): A Comparative Study. *TEST-Engineering Management*, 2020, 83, 13762-13774. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.openaccessjournal.com/abstract/64>
2. Stewart B. EVA, Not EBITDA: A Better Measure of Investment Value Електронний ресурс. Режим доступу: <https://corp.gov.law.harvard.edu/2019/06/11/eva-not-ebitda-a-better-measure-of-investment-value/>
3. Behera S. Does the EVA valuation model explain the market value of equity better under changing required return than constant required return? *Financial Innovation*, 2020, V. 6. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://doi.org/10.1186/s40854-019-0167-8>
4. Rasool N., Ullah S., Hussain M.M., Usman, M. Role of Value Added and Conventional Accounting Measures in Stimulating Stock Market Returns: A Study of Non-Financial Sector Listed at Pakistan Stock Exchange. *Journal of Accounting and Finance in Emerging Economies*, 2021, 7(1), 217-23 DOI:10.26710/jafee.v7i1.1599
5. Третякова О.В., Харабара В.М., Грешко Р.І. Фондовий ринок України: особливості функціонування в сучасних умовах. *Економіка та держава*. 2020. № 5. С. 103–107. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.economy.in.ua/pdf/5_2020/20.pdf
6. Селіванова К.В., Ключко Л.А. Фондовий ринок в Україні: проблеми та основні напрями їх вирішення. *Молодий вчений*, 2020. № 4. - С. 352–355. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2020/4/73.pdf>

7. Шишков С.Є., директор ПрАТФБ “Перспектива”, Дисфункціональність ринку акцій в Україні: фактор ваучерної приватизації. *Український соціум*, 2021, № 3 (78) / <https://doi.org/10.15407/socium2021.03.107>
8. Omneya A.-K., Ashraf S., Eldin B.B. Is Economic Value Added Momentum (EVA Momentum) a Better Performance Measurement Tool? Evidence from Egyptian Listed Firms. *American Journal of Industrial and Business Management*, 2021? 11, 297-319. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2021.1113019>
9. Бабій О.М., Малишко В.С., Пудичева Г.О. Управління вартістю підприємства: Навчальний посібник. – Одеса: ОНЕУ, 2016. – 207 с.
10. Vanham R. EVA and the Private Company, 2021. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://chiefexecutive.net/eva-and-the-private-company/>
11. Earnings Per Share vs Price-Earnings Ratio: What’s the Difference? Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.causal.app/whats-the-difference/earnings-per-share-vs-price-earnings-ratio>
12. Lindman C. Trends in Price to Earnings Ratios for Public and Private Companies, 2022. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.shenehon.com/trends-in-price-to-earnings-ratios-for-public-and-private-companies/>
13. What is P/E ratio and what is EPS? What do these ratios indicate? Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.dspim.com/learn/articles/mutual-fund-advanced/what-is-pe-ratio-and-what-is-eps-what-do-these-ratios-indicate>
14. Alshehadeh A.R., Elrefae, G., Injadat, E. Influence of traditional performance indicators on economic added value: Evidence from insurance companies. *Corporate Governance and Organizational Behavior Review*, 2022,6(4), 18-27. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://doi.org/10.22495/cgobrv6i4p2>
15. Історія фінансових ринків. Від класиків - сучасникам / за ред. Девіда Чемберса та Елроя Дімсона; пер. з англ. - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2020. - 308 с.
16. Valuation Topics. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.bvresources.com/valuation-topics>.

References

1. Maenuddina R. B., Hussain A., Hafeez M., Khan M., Wahi N. (2020) *Economic Value Added Momentum & Traditional Profitability Measures (ROA, ROE & ROCE): A Comparative Study*. *TEST-Engineering Management*, 83, 13762-13774. Available at: <https://www.openaccessjournal.com/abstract/64> (Accessed 11 February 2023)
2. Stewart B. (2019) *EVA, Not EBITDA: A Better Measure of Investment Value*. Available at: <https://corpgov.law.harvard.edu/2019/06/11/eva-not-ebitda-a-better-measure-of-investment-value/> (Accessed 12 February 2023)
3. Behera S. (2020) *Does the EVA valuation model explain the market value of equity better under changing required return than constant required return?* *Financial Innovation*, V. 6. Available at: <https://doi.org/10.1186/s40854-019-0167-8> (Accessed 15 February 2023)
4. Rasool N., Ullah S., Hussain M.M., Usman, M. (2021) *Role of Value Added and Conventional Accounting Measures in Stimulating Stock Market Returns:*

A Study of Non-Financial Sector Listed at Pakistan Stock Exchange. Journal of Accounting and Finance in Emerging Economies, 7(1), 217-23 DOI:10.26710/jafee.v7i1.1599 (Accessed 15 February 2023)

5. Tretyakova O.V., Kharabara V.M., Hreshko R.I. (2020) *Fondovyy rynek Ukrayiny: osoblyvosti funktsionuvannya v suchasnykh umovakh* [The stock market of Ukraine: features of functioning in modern conditions]. *Ekonomika ta derzhava* [Economy and the state], № 5, pp. 103–107. Available at: http://www.economy.in.ua/pdf/5_2020/20.pdf (Accessed 16 February 2023)

6. Selivanova K.V., Klyusko L.A. (2020) *Fondovyy rynek v Ukrayini: problemy ta osnovni napryamy yikh vyrishennya* [The stock market in Ukraine: problems and main areas of their solution]. *Molodyy vchenyy* [Young scientist], № 4, pp. 352–355. Available at: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2020/4/73.pdf> (Accessed 17 February 2023)

7. Shyshkov S.Ye. (2021) *Dysfunktsional'nist' rynku aktsiy v Ukrayini: faktor vauchernoyi pryvatyzatsiyi* [Dysfunctionality of the stock market in Ukraine: factor of voucher privatization]. *Ukrayins'kyi sotsium* [Ukrainian society], № 3 (78). <https://doi.org/10.15407/socium2021.03.107> (Accessed 20 February 2023)

8. Omneya A.-K., Ashraf S., Eldin B.B. (2021) *Is Economic Value Added Momentum (EVA Momentum) a Better Performance Measurement Tool? Evidence from Egyptian Listed Firms*. American Journal of Industrial and Business Management, 11, 297-319. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2021.113019> (Accessed 21 February 2022)

9. Babiy O.M., Malyshko V.S., Pudycheva H.O. (2016) *Upravlinnya vartystyu pidpryyemstva* [Enterprise cost management]. Odesa, ONEU, 207 c.

10. Banham R. (2021) *EVA and the Private Company*. Available at: <https://chiefexecutive.net/eva-and-the-private-company/> (Accessed 15 February 2021)

11. *Earnings Per Share vs Price-Earnings Ratio: What's the Difference?* Available at: <https://www.causal.app/whats-the-difference/earnings-per-share-vs-price-earnings-ratio> (Accessed 24 February 2023)

12. Lindman C. (2022) *Trends in Price to Earnings Ratios for Public and Private Companies*. Available at: <https://www.shenehon.com/trends-in-price-to-earnings-ratios-for-public-and-private-companies/> (Accessed 26 February 2023)

13. *What is P/Ee ratio and what is EPS? What do these ratios indicate?* Available at: <https://www.dspim.com/learn/articles/mutual-fund-advanced/what-is-p-ratio-and-what-is-eps-what-do-these-ratios-indicate> (Accessed 03 March 2023)

14. Alshehadeh A.R., Elrefae, G., Injadat, E. (2022) *Influence of traditional performance indicators on economic added value: Evidence from insurance companies*. Corporate Governance and Organizational Behavior Review, 6(4), 18-27. <https://doi.org/10.22495/cgobrv6i4p2> (Accessed 05 March 2023)

15. Chambers D., Dimson E. (2020) *Istoriya finansovykh rynkiv. Vid klasykiv – suchasnykam* [History of financial markets. From classics to contemporaries]. Lviv, Lviv Polytechnic, 308 p.

16. *Valuation Topics*. Available at: <https://www.bvresources.com/valuation-topics>. (Accessed 06 March 2023)

ABSENCE OF STOCK MARKET: IS THERE AN ALTERNATIVE TO EVA, EPS, P/E

Zoia S. Pestovska, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).

E-mail: at@duan.edu.ua

DOI: 10.32342/2074-5362-2023-1-34-7

Key words: *market capitalization, stock market, economic value added (EVA), weighted average cost of capital (WACC), EVA Momentum (EVAM), earnings per share (EPS), price to earnings ratio (P/E), net present value (NPV)*

The article proves that there is an urgent need to determine the key performance indicators of the company and to improve the methods of determining capitalization and profitability, for which accounting data is insufficient, because it ignores the costs of capital obtaining, the impact of changes in accounting policies, and the possibility of data manipulation. It was determined that in countries with a developed stock market, the performance of public companies is most often predicted through their share prices, return on assets (ROA), return on equity (ROE), earnings per share (EPS), return on invested capital (ROIC), return on investment (ROI), Economic Value Added (EVA), Economic Value Added Momentum (EVAM). It was found that Ukraine is a unique example of the disappearance in recent years of a stock market created from scratch in the 1990s; the causes of the problems hindering the development of the stock market of Ukraine are outlined.

The essence and purpose of EVA, EPS, P/E indicators are considered in order to propose ways of their modification or replacement in the absence of a stock market. It has been proven that the market capitalization indicator cannot be used for non-joint-stock companies; and the main problem of determining EVA for a non-joint-stock company or in the absence of a stock market is determining the value of equity capital. Under such conditions, it is proposed to choose one of the classic approaches to the assessment of the value of capital - expense (Method of net assets, Method of probability of liquidation), income (Method of discounted dividends, Method of discounted cash flows), market (Method of multipliers, Method of deals, Method of industry ratios). It is also suggested to choose the Net Present Value (NPV) indicator for strategic management, because NPV maximization, even with negative EVA values, is sometimes a higher priority task than EVA maximization. But using NPV has the same problem as EVA using, it is choosing a discount rate. Various methods of calculating the value of equity capital are proposed: the capital asset valuation model (CARM); subjective assessment: interest on long-term government bonds or deposits; average profitability in the industry. Earnings per share (EPS) can be replaced by return on equity and even return on equity. With the ratio of the market value of the share to the net earnings per share (P/E), it is much more difficult, because the calculation of the market value under such conditions is not available.

It is noted that the types of enterprises, which are usually public and private, differ. For example, despite being small in their early stages, technology firms typically go public. Smaller companies tend to experience a greater negative impact from higher interest rates and inflation.

It is concluded that all indicators should be treated with skepticism and used only as tools, not as drivers, and other factors should also be taken into account during the holistic assessment of investments: dividends, projected future profits, corporate culture, social responsibility of the company.

Одержано 10.03.2023.

УДК 339.658

DOI: 10.32342/2074-5362-2023-1-34-8

Ж.В. ПІСКОВА,

*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри
інноваційного менеджменту та фінансової аналітики
ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», м. Дніпро (Україна)
<https://orcid.org/0000-0001-6545-2452>*

В.М. ВАРЕНИК,

*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри
інноваційного менеджменту та фінансової аналітики
ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», м. Дніпро (Україна)
<https://orcid.org/0000-0002-2320-4642>*

ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ МІКРОПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ ТЮТЮНОВИМИ ВИРОБАМИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

У статті розглянуто особливості податкового менеджменту на прикладі мікропідприємств торгівлі тютюновими виробами, які здійснюють діяльність у воєнний час. Розглянуто послідовність відкриття суб'єктом господарювання своєї діяльності. Відмічена особливість здійснення обраних видів економічної діяльності, зокрема, наведений механізм здобуття дозволу на продаж тютюнових виробів, отримання ліцензій на право роздрібної та оптової торгівлі тютюновими виробами. Проаналізовано чинну організаційну структуру мікропідприємства.

Розглянуто сформовану індивідуальну податкову систему підприємства з врахуванням особливостей сплати того чи іншого виду податку з урахуванням податкового менеджменту. Зазначено, що аналізоване підприємство ТОВ «ЕЙ ДІ ТРЕЙД» за законодавством є платником 4 податків і 2 зборів (платежів). Встановлено, що податкове законодавство України сприяє здійсненню обраному підприємством виду діяльності. Завдяки запровадженню відповідних пільг щодо сплати ПДВ, підприємство стало платником ПДВ на добровільній основі. Хоча мікропідприємство є продавцем підакцизної продукції, акцизний податок не сплачує, тому що не є платником цього податку. Відбулось перенесення сплати акцизного податку з продавця на виробника і імпортера тютюнових виробів. Здійснений податковий аналіз сплачених до бюджетів податків і платежів за період діяльності. Встановлено, що підприємство найбільше сплатило коштів до бюджету за зобов'язаннями з податків (81,16%) й платежів (18,84%) у грудні 2022 р. Це пов'язано з тим, що підприємство є платником податку на прибуток підприємств з річним звітним податковим періодом і тому на грудень місяць 2022 р. припала сплата річного податкового зобов'язання зі сплати податку на прибуток підприємств. Проведений аналіз показника податкового навантаження в цілому й у розрізі окремих податків й платежів за допомогою розрахунку таких коефіцієнтів: податкового навантаження доходів, з ПДВ доходів, з податку на прибуток підприємств доходів, з акцизного податку доходів, витрат на оплату праці з ПДФО, за відрахуваннями на соціальні заходи витрат на оплату праці.

Встановлено, що всі виявлені тенденції для підприємства є позитивними, суттєвого впливу сплачені суми податків на отримані доходи не мають.

Отримані результати дослідження демонструють, що розглянуті особливості податкового менеджменту мікропідприємства позитивно впливають на розвиток і подальшу його діяльність у сфері торгівлі тютюновими виробами.

Ключові слова: податковий менеджмент, ліцензія, тютюнові вироби, податки, платежі, податковий аналіз, податкове навантаження

The article examines the peculiarities of tax management on the example of microenterprises selling tobacco products operating in wartime. The sequence of opening a business entity is considered. The author notes the peculiarities of the selected types of economic activity, in particular, the mechanism for obtaining a permit to sell tobacco products, obtaining licenses for retail and wholesale trade in tobacco products. The current organizational structure of a microenterprise is analyzed.

The author considers the existing individual tax system of an enterprise with due regard for the peculiarities of payment of a particular type of tax, taking into account tax management. It is noted that the analyzed enterprise LLC «A.D. Trade» is a payer of 4 taxes and 2 fees (payments) by law. It is established that the tax legislation of Ukraine facilitates the implementation of the type of activity chosen by the enterprise. Due to the introduction of appropriate VAT benefits, the company became a VAT payer on a voluntary basis. Although the microenterprise is a seller of excisable goods, it does not pay excise tax because it is not a taxpayer. The excise tax was shifted from the seller to the manufacturer and importer of tobacco products. A tax analysis of taxes and payments paid to the budgets for the period of activity was carried out. It was established that the company paid the most to the budget for tax liabilities (81.16%) and payments (18.84%) in December 2022. This is due to the fact that the company is a corporate income tax payer with an annual reporting tax period and therefore the payment of the annual tax liability for corporate income tax fell on December 2022. The author analyzes the tax burden indicator in general and in the context of individual taxes and payments by calculating the following coefficients: tax burden of income, VAT income, corporate income tax income, excise tax income, labor costs with personal income tax, and labor costs with social security contributions.

It was found that all the identified trends for the enterprise are positive, and the amounts of taxes paid do not have a significant impact on the income received.

The results of the study demonstrate that the considered features of tax management of a microenterprise have a positive impact on the development and further activities of the enterprise in the field of tobacco trade.

Keywords: tax management, license, tobacco products, taxes, payments, tax analysis, tax burden

Постановка проблеми. Діяльність будь-якого підприємства повинна бути керованою. Без належного рівня управління та організації, чіткої постановки цілей та завдань, а також визначення заходів щодо їх досягнення навіть найбільш перспективний бізнес приречений на провал. Керівництво підприємства повинно забезпечувати адекватне та раціональне управління як сукупності процедур і дій, що здійснюються для досягнення певної мети. Продаж тютюнових виробів – популярний вид економічної діяльності серед малих підприємств, при здійсненні якої необхідно дотримуватись деяких особливостей.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання податкового менеджменту дедалі частіше привертають увагу як закордонних, так і вітчизняних вчених. Так, Бечко П.К., Бечко В.П., Лиса Н.В., Пташник С.А. [1]

обґрунтували теоретичні аспекти ролі податкового менеджменту в системі податкового адміністрування в умовах модифікації відносин податкових органів і платників податків. Автори зазначили, що податковий менеджмент в системі податкового адміністрування забезпечує облік платників, надходження податків та зборів у бюджети всіх рівнів, контроль за дотриманням податкового законодавства. Важливим чинником податкового менеджменту в системі податкового адміністрування є планування та податкове регулювання, які здатні забезпечити всі вимоги щодо дотримання Податкового кодексу України всіма платниками податків і зборів.

Гавриленко Н.В., Грищенко О.В., Козицька Н.О. [2] дослідили вплив світових трансформаційних тенденцій цифровізації на фіскальний контроль в Україні. Автори зазначили, що цифрове фіскальне середовище для платника податків-фізичної особи – це насамперед його особистий кабінет, а доступ до нього можливий як в межах офіційного сайту фіскальних органів, так і з мобільного додатку. Також автори довели, що результати ухвалених фіскальними органами заходів щодо розширення цифрового середовища та підвищення ефективності податкового контролю, в кінцевому підсумку проявляються в зростанні податкових надходжень в бюджетну систему України.

Сущенко О.М., Пислиця А.В. [3] вивчили практику взаємодії фіскальних органів з великими платниками податків в Австралії та обґрунтували доцільність її імплементації в Україні. Автори довели, що Україні доцільно перейняти досвід Австралії щодо поділу великих платників податків не тільки за галузевою ознакою, але й за їх величиною. Враховуючи досвід Австралії, Україні варто й надалі розвивати інститут податкових радників (податкових консультантів). Оскільки в Україні зараз широко впроваджуються електронні сервіси, слід звернути увагу на захист персональних даних учасників податкових відносин тому, що ця проблема є актуальною навіть для розвинутих країн.

Колісніченко К. В. [4] досліджує світовий досвід адміністрування податкових ризиків та надає практичні рекомендації щодо можливості його використання в Україні. Автор підіймає проблеми адміністрування податкових ризиків, які фактично шкодять або потенційно здатні загрожувати фіскальним інтересам держави. Від з'ясування чинників виникнення податкових ризиків та дієвих заходів по їх знешкодженню багато в чому залежать успішне адміністрування податків, престиж податкових органів, ефективне функціонування податкової системи загалом.

Таким чином, аналіз спеціалізованої літератури показав, що проблема податкового менеджменту мікропідприємств торгівлі тютюновими виробами в умовах воєнного стану не підіймалася і потребує додаткового дослідження.

Метою статті є дослідження особливостей податкового менеджменту мікропідприємств торгівлі тютюновими виробами у надскладні часи, в умовах воєнного стану на основі здійсненого податкового аналізу власної податкової системи мікропідприємства та показників податкового навантаження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Тісно пов'язаним із поняттям «управління» є поняття «менеджмент», який за своєю суттю також представляє управління. За визначенням Української асоціації досконалості та якості поняття «менеджмент» трактується як «скоординована діяльність зі спрямування та управління/керування організацією». Автори [5] зазначають, що «податковий менеджмент повинен бути безперервним управлінським процесом, спрямованим на побудову оптимального податкового тиску у поєднанні з реалізацією загальних завдань суб'єкта господарювання». Тож на мікрорівні поняття «управління» та «менеджмент» будемо розглядати як тотожні.

Започатковуючи підприємницьку діяльність, кожне підприємство (суб'єкт господарювання) має право самостійно обирати: галузь економіки, в якій здійснюватиметься діяльність, організаційно-правову форму, види економічної діяльності, організаційну структуру, власну податкову систему тощо. Процес відкриття суб'єкта господарювання представлений на рис. 1.

Останнім часом відкрити підприємство не займає багато часу. Наприклад, щоб відкрити ФОП достатньо мати додаток Дія і 15 хвилин часу.



Рис. 1. Послідовність відкриття (започаткування) діяльності суб'єктом господарювання

Джерело: розроблено авторами

Сам процес відкриття не є складним, тому навіть у воєнний час в Україні відкрилася достатня кількість підприємств. За даними порталу Дія [6] протягом шести місяців повномасштабної війни реєстрація нового бізнесу продовжила демонструвати позитивну динаміку відновлення,

що розпочалася у квітні 2022 р. Кількість новозареєстрованих суб'єктів господарювання зростала щомісяця — з 15 тисяч у квітні 2022 р. до понад 23 тисяч у серпні 2022 р.

Згідно з дослідженням, проведеним YouControl [7] (рис. 2), з 24 лютого 2022 р. по 12 лютого 2023 р. в Україні було зареєстровано 17,1 тис. нових компаній та 178,5 тис. фізичних осіб-підприємців (ФОПів). Точніше, йдеться як про відкриття нових бізнесів, так і про переоформлення працюючих на нові юридичні особи.

Як видно з рис. 2, після майже «мертвого» березня 2022 р. цей процес різко поживався і дещо пригальмував тільки в жовтні-грудні, коли країна зіткнулася з новим викликом — масовими відключеннями електрики внаслідок терористичних ударів ворога.

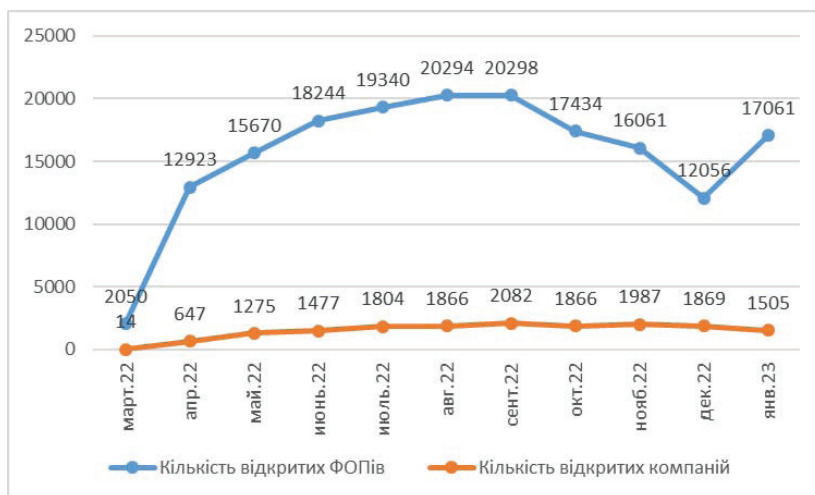


Рис. 2. Кількість зареєстрованих компаній і ФОПів під час війни [3]

Особливості діяльності та специфіку податкового менеджменту розглянемо на прикладі функціонування ТОВ «ЕЙ ДІ ТРЕЙД» з достатньо малим життєвим циклом (дата реєстрації: 02.08.2022 р.), яке розпочало свою діяльність в умовах повномасштабного вторгнення росії на територію України.

Для класифікації підприємства за видом (мікро-, мале, середнє, велике) необхідно керуватися такими законодавчими актами: Господарським кодексом України (ГКУ) [8] та законом України № 996-XIV [9]. Відповідно до критеріїв, зазначених в ст. 55 ГКУ [8] (річний дохід не перевищує суму, еквівалентну 2 млн євро, визначену за середньорічним курсом НБУ, середня кількість працівників за звітний період не перевищує 10 осіб), ТОВ «ЕЙ ДІ ТРЕЙД» відноситься до суб'єктів мікропідприємництва. А за критеріями, наведеними в ст. 2 закону України № 996-XIV [9] (чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) - до 700 тисяч євро включно, середня кількість працівників - до 10 осіб включно) підпадає під категорію «мікропідприємство».

При реєстрації суб'єкта господарювання обов'язково необхідно визначитися й обрати вид економічної діяльності, яким він буде займатися. Вся діяльність може складатися з основного і другорядного напряму. Суб'єкт господарювання може обрати при реєстрації один, що буде основним і скільки забажає другорядних, які будуть зазначені у виписці з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань. Зазвичай цей перелік містить ті види, якими, можливо, підприємство буде займатися і які знадобляться надалі.

ТОВ «ЕЙ ДІ ТРЕЙД» належить до мікропідприємства, що функціонує у галузі торгівлі (роздрібної та оптової) і обрало за КВЕД-2010 основний вид діяльності - клас 47.11 Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах переважно харчовими продуктами, включаючи напої, і тютюновими виробами. Зауважимо, що роздрібна торгівля класифікується насамперед за типом місця торгівлі (роздрібна торгівля в магазинах і роздрібна торгівля не через магазини). Якщо реалізація товарів відбувається через магазини, то надалі розподіл іде на спеціалізовану та неспеціалізовану роздрібну торгівлю. Вищезазначений клас включає роздрібну торгівлю широким асортиментом товарів, в якому переважають харчові продукти, напої або тютюнові вироби. До другорядних напрямів діяльності було обрано також 46.35 Оптова торгівля тютюновими виробами та 47.26 Роздрібна торгівля тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах.

Такий популярний серед підприємців обраний вид економічної діяльності негативно впливає на здоров'я та навколишнє середовище. Як і всі інші, ця підприємницька діяльність має свої особливості господарювання та оподаткування. Виробництво, експорт, імпорт, оптова і роздрібна торгівля тютюнових товарів завжди були у полі зору державної політики щодо регулювання забезпечення їх високої якості та захисту здоров'я громадян, а також посилення боротьби з незаконним виробництвом та обігом на території України. Пов'язуючи господарську діяльність з реалізацією тютюнових виробів перш за все підприємства звертаються до закону України № 481/95 [10], у якому прописаний механізм здобуття дозволу на продаж тютюнових виробів. Особливістю діяльності роздрібної та оптової торгівлі тютюновими виробами є обов'язкове ліцензування такої діяльності за законом України № 222-VIII [11]. Перед початком діяльності необхідно придбати ліцензію на право роздрібної торгівлі тютюновими виробами, що видається органом виконавчої влади за місцем торгівлі терміном на один рік і підлягає обов'язковій реєстрації в територіальних органах ДПС. Ліцензія видається за заявою суб'єкта господарювання, в якій зазначається вид господарської діяльності, на провадження якого має бути одержано ліцензію (зокрема, роздрібна торгівля тютюновими виробами). За таку ліцензію у рік необхідно сплатити 2000 грн за кожне місце торгівлі. Плата за ліцензію вноситься поквартально рівними частинами. Перший платіж треба вносити до отримання ліцензії (квитанція додається до заяви на отримання ліцензії).

Також для оптової торгівлі необхідним є придбання Ліцензії на право оптової торгівлі тютюновими виробами або рідинами, що використовуються в електронних сигаретах, що видається на п'ять років уповноваженими Кабінетом Міністрів України органами виконавчої влади за місцем оптової

торгівлі чи за місцеперебуванням суб'єкта господарювання. Річна плата за ліцензію на оптову торгівлю тютюновими виробами у 2022 р. тимчасово становила 150 розмірів мінімальної заробітної плати ($6500 \cdot 150 = 975000$ грн), а у 2023 р. – 500000 грн; рідинами, що використовуються в електронних сигаретах – 780 грн.

Далі розглянемо особливості процесу організації управління на мікропідприємствах. Цей процес пов'язаний зі створенням організаційної структури, яка визначає розподіл завдань, розміщення і використання ресурсів. Оскільки це мікропідприємство з незначною чисельністю працюючих (до 10 осіб), обрано лінійну організаційну структуру управління, між елементами якої існують лише одноканальні взаємодії. Кожен підлеглий має лише одного лінійного керівника, який виконує адміністративні та інші функції у відповідному підрозділі. Перевагами такої організаційної структури є чіткість взаємовідносин між працівниками, оперативність і несуперечливість управлінських рішень, надійний контроль за їх виконанням. Але недоліком є те, що лінійний керівник повинен виконувати, крім основних координуючих, цілий ряд допоміжних функцій: обліку, роботи з кадрами, стратегічного планування тощо. Організаційна структура аналізованого підприємства представлена на рис. 3.

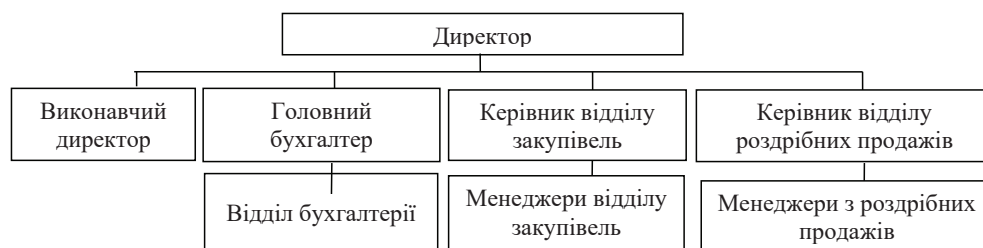


Рис. 3. Організаційна структура ТОВ «ЕЙ ДІ ТРЕЙД»
Джерело: розроблено авторами за даними ТОВ «ЕЙ ДІ ТРЕЙД»

Як свідчать дані рис. 3, організаційна структура аналізованого мікропідприємства складається з трьох основних відділів: бухгалтерії, роздрібних продажів та закупівель. Кожен відділ має керівника: головного бухгалтера, керівника відділу роздрібних продажів та керівника відділу закупівель, які підпорядковуються безпосередньо директору підприємства (один із засновників). Також введено посаду виконавчого директора (один із засновників), який підпорядковується директору підприємства. До посадових обов'язків виконавчого директора належить: надання директору плану фінансово-господарської діяльності, персональна відповідальність за їх виконання, здійснення господарського управління майном без права його відчуження будь-яким способом, внесення директору пропозицій про наймання на роботу і звільнення з роботи працівників, переведення їх на іншу роботу, застосування стягнень та заохочень, контроль виконання працівниками службових обов'язків. Вважаємо, що побудована організаційна структура для даного мікропідприємства є оптимальною.

Кожне підприємство у залежності від особливостей видів діяльності відповідно до податкового законодавства обирає для себе індивідуальну кількість податків (загальна чи спрощена система оподаткування), які повинно сплачувати до бюджетів різних рівнів. Беручи до розгляду мікропідприємство, у нього є можливість відповідно до вказаних критеріїв обрати спрощену систему оподаткування (3 група юридичні особи) і бути платником єдиного податку. Але обраний підприємством вид діяльності передбачає продаж підакцизних товарів (тютюнових виробів) і забороняє йому здійснити такий вибір. У цьому випадку підприємство може бути лише на загальній системі оподаткування і сформувати свою індивідуальну податкову систему. Розглянемо структуру податків і зборів (обов'язкових платежів) на ТОВ «ЕЙ ДІ ТРЕЙД», сформованою за загальною системою оподаткування (табл. 1).

Таблиця 1

Основні види податків, зборів (обов'язкових платежів), які сплачує підприємство на загальній системі оподаткування

Найменування податку (платежу)	Ставка податку	Вид податку (платежу)
Податок на прибуток підприємств	18%	загальнодержавний
Податок на додану вартість (ПДВ)	20%; операції, звільнені від оподаткування	загальнодержавний
Акцизний податок	не сплачується, не є платником	загальнодержавний
Податок на доходи фізичних осіб	18%	загальнодержавний
Єдиний соціальний внесок	22%; 8,41%	загальнодержавний
Військовий збір	1,5%	тимчасовий

Джерело: розроблено авторами на підставі податкового законодавства [8]

Отже, згідно з даними табл. 1, аналізоване підприємство ТОВ «ЕЙ ДІ ТРЕЙД» за законодавством є платником 4 податків і 2 зборів (платежів). Розглянемо особливості податкового менеджменту сформованого на підприємстві за кожним податком та зазначимо основні моменти формування системи оподаткування на мікропідприємствах.

Першим податком, що обов'язково сплачують підприємства на загальній системі оподаткування, є податок на прибуток підприємств. Податковими (звітними) періодами є календарні: квартал, півріччя, три квартали, рік. Однак у податковому законодавстві зазначені деякі особливості щодо встановлення відповідного податкового (звітного) періоду. Ті платники податків, у яких річний дохід від будь-якої діяльності (за вирахуванням непрямих податків), визначений за показниками Звіту про фінансові результати (Ф. № 2) та за попередній річний звітний період, не перевищує 40 млн грн, податковим звітним періодом є календарний рік. Аналізоване мікропідприємство мало річний дохід близько 30 млн грн у 2022 р., тому воно повинно було подавати річну податкову декларацію з податку на прибуток підприємств до 01.03.2023 р. і сплатити податкове зобов'язання

до 10.03 2023 року, але фактично було сплачено у грудні 2022 р. На нашу думку, причиною скорочення підприємством термінів подачі та сплати податкового зобов'язання з податку на прибуток підприємств став саме воєнний стан в країні.

Наступним податком, що сплачує підприємство за добровільним рішенням керівництва, є ПДВ. Підставою для прийняття такого рішення, на нашу думку, є зміни в податковому законодавстві, затвержені законом України № 1914-IX [13], де зазначено: «звільняються від оподаткування операції з постачання на митній території України тютюнових виробів, тютюну та промислових замінників тютюну, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, для яких встановлені максимальні роздрібні ціни, крім операцій: а) з першого постачання таких товарів їх виробниками; б) з першого постачання таких товарів суб'єктами господарювання, які пов'язані відносинами контролю з виробниками у розумінні закону України «Про захист економічної конкуренції». Перелік суб'єктів господарювання, пов'язаних відносинами контролю з виробниками, затверджується Кабінетом Міністрів України за поданням центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику економічного, соціального розвитку і торгівлі; в) із ввезення таких товарів на митну територію України та їх першого постачання імпортером на митній території України» [13]. Так, суб'єкти роздрібною торгівлі тютюновими виробами, починаючи з 01.01.2022 р. можуть скористатись вищенаведеною пільгою (код податкової пільги згідно з довідником пільг 14060554). Тобто ті платники ПДВ, які здійснюють реалізацію тютюнових виробів, тютюну та промислових замінників тютюну, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, в роздріб з торговельних місць за *максимально роздрібними цінами* і не є виробниками і імпортерами цієї підакцизної продукції, звільняються від оподаткування ПДВ. Усі інші операції суб'єкта роздрібною торгівлі з реалізації інших товарів оподатковуються ПДВ за ставкою 20%.

Здійснивши структурний номенклатурний аналіз, можна дійти висновку, що у загальному роздрібному асортименті підприємства, продаж тютюнових виробів складає близько 86%. Особливістю податкового менеджменту щодо оподаткування ПДВ є те, що лівова частка операцій, які здійснює підприємство (86%), звільнені від оподаткування ПДВ. І лише невелика частка операцій (14%) оподатковуються за ставкою 20%.

З 2015 р. у податкове законодавство України вводиться таке поняття, як «максимальні роздрібні ціни», яке відіграє важливу роль при розрахунку як ПДВ, так і акцизного податку. Так, максимальні роздрібні ціни (далі - МРЦ) - це ціни, які встановлюються виробниками на ті тютюнові вироби, що регулюються державою відповідно до УКТ ЗЕД і вказуються на упаковці тютюнової продукції разом з датою їх виготовлення. Спочатку МРЦ установлювались на: сигарети без фільтра (код згідно з УКТ ЗЕД 2402 20 90 10); сигарети з фільтром (код згідно з УКТ ЗЕД 2402 20 90 20); сигарили, включаючи сигарили з відрізними кінцями, із вмістом тютюну (код УКТ

ЗЕД 2402 10 00 90). Пізніше до вищенаведених кодів додалися наступні: 2402 10 00 10, 2403 11 00 00, 2403 19 10 00, 2403 19 90 00, 2403 91 00 00, 2403 99 10 00, 2403 99 90 10, 2403 99 90 90, 3824 99 96 2020. Починаючи з 01.01.2023 р. виробники на всі виготовлені тютюнові вироби встановлюють МРЦ.

Вищезгаданий закон України № 1914-IX [13] з 01.01.2022 р. вніс суттєві зміни щодо адміністрування акцизного податку. Зокрема, ст. 212.1.11. Податкового кодексу України [12] свідчить про те, що з 01.05.2022 р. нарахування та сплата акцизного податку *переноситиметься* з реалізації суб'єктами господарювання роздрібною торгівлі тютюнових виробів, який сплачувався суб'єктами роздрібною торгівлі, *на виробників та імпортерів тютюнових виробів*, тютюну та промислових замінників тютюну, рідин, що використовуються в електронних сигаретах. Такі зміни в податковому законодавстві свідчать про те, що суб'єкти роздрібною торгівлі з 01.05.2022 р. *не є платниками акцизного податку* і не сплачуватимуть податкове зобов'язання з акцизного податку, що є наступною особливістю податкового менеджменту аналізованих підприємств. Податкову декларацію з акцизного податку можуть не подавати до територіальних органів ДПС. Зауважимо, що є нюанси щодо внесених змін, про які далі піде мова.

2022 р. виявився перехідним роком щодо адміністрування акцизного податку. З'являється чіткий розподіл подій на *виготовлення* і *реалізацію*. Тютюнові вироби, що були виготовлені до 01.04.2022 р., при здійсненні реалізації оподатковувались акцизним податком за ставкою 5% з продажу тютюнових виробів і акцизний податок сплачувався суб'єктами роздрібною торгівлі. Вироблені після 01.04.2022 р. тютюнові товари реалізовувались за ціною, сформованою за формулою (МРЦ * 1,05), суб'єкти роздрібною торгівлі акцизний податок не сплачували. Цим підприємствам, щоб розуміти, чи сплачувати, чи не сплачувати акцизний податок, потрібно було ретельно вести бухгалтерський облік щодо реалізації тютюнових виробів відповідно до дати виготовлення підакцизної продукції: якщо продукція реалізовувалась після 01.04.2022 р., але була виготовлена до 01.04.2022 р., в такому випадку суб'єкти роздрібною торгівлі акцизний податок сплачували. А якщо реалізовані товари були виготовлені після дати 01.04.2022 р., в такому випадку обов'язок сплати акцизного податку переносився з роздрібних продавців на виробників і імпортерів. Тому при визначенні бази оподаткування при розрахунку податкового зобов'язання зі сплати акцизного податку суб'єкти роздрібною торгівлі враховували лише вартість реалізованих тютюнових виробів, тютюну та промислових замінників тютюну, які вироблені до 01.04.2022 р. Такі перехідні умови діяли до кінця 2022 р., суб'єкти роздрібною торгівлі залишалися у порядку та на умовах, що діяли до 01.04.2022 р. платниками 5% акцизного податку з роздрібного продажу тютюнової продукції, виробленої до 01.04.2022 р. Але з 01.01.2023 р. умови реалізації з дотриманням дати виготовлення скасовані. Таким чином, суб'єкти роздрібною торгівлі тютюновими виробами, починаючи з 01.01.2023 р. не є платниками акцизного податку. Схематично перехідний процес щодо акцизного оподаткування тютюнових виробів зображений на рис. 4.



Рис. 4. Особливості переходу сплати акцизного податку від суб'єктів роздрібної торгівлі до виробників та імпортерів тютюнових виробів

Джерело: розроблено авторами на підставі податкового законодавства [12, 13]

Оскільки на мікропідприємстві працює до 10 осіб, воно є податковим агентом щодо сплати до бюджету найманими працівниками податку на доходи фізичних осіб (ПДФО), єдиного соціального внеску і військового збору. Особливостями податкового менеджменту цього податку є те, що для звітування щодо сплати ПДФО і обов'язкових платежів до бюджету контролюючому органу такі підприємства подають звітність за ф. № 1-ДФ об'єднану. Також на підприємстві працює особа з інвалідністю, тому єдиний внесок для підприємства встановлюється у розмірі 22% бази нарахування єдиного внеску та 8,41% бази нарахування єдиного внеску для працюючих осіб з інвалідністю. Військовий збір становить загалом 1,5% від доходу. Сплачуються до бюджету ці платежі щомісяця під час виплати доходів. Звітність (об'єднана) є квартальною, тому графік подачі до контролюючих органів для таких підприємств наступний: 09.02.2023; 10.05.2023; 09.08.2023; 09.11.2023 р.

У час, коли в країні відбуваються воєнні дії, мікропідприємствам для прийняття ефективних управлінських та економічних рішень для ефективного податкового менеджменту необхідно врахування всього різноманіття внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на фінансово-господарську діяльність, у тому числі фактору податкового навантаження. Встановлена система оподаткування є зовнішнім фактором, що впливає на ефективність економічної діяльності підприємства. При підготовці та реалізації управлінських рішень у сфері податкового менеджменту одним із визначальних факторів виступає здійснення аналізу сплачених податків (податковий аналіз), метою якого є проведення розрахунків податкового навантаження в цілому й у розрізі окремих податків й платежів.

Одним з основних завдань податкового аналізу є визначення податкового навантаження підприємства, для розрахунку якого необхідно визначитися з його методикою. Податкове навантаження не можна характеризувати одним показником, необхідна система взаємопов'язаних коефіцієнтів [14]. Автори [14] надали таке твердження безпосередньо для застосування у банківській сфері.

Ми згодні з цією думкою і застосуємо її в іншій сфері - роздрібній торгівлі. Для здійснення податкового аналізу скористаємось комплексом показників, представлених автором [15]. Для здійснення розрахунків показників податкового навантаження узагальнимо інформацію з фінансової звітності та податкових декларацій ТОВ «ЕЙ ДІ ТРЕЙД» та представимо у табл. 2.

Як свідчать дані табл. 2, підприємство найбільше сплатило коштів до бюджету за зобов'язаннями з податків й платежів у грудні 2022 р., що в абсолютному значенні склало 78722,63 грн, з них 81,16% - зобов'язання з податків і зборів, 18,84 % - відрахування на соціальні заходи. Це пов'язано з тим, що підприємство є платником податку на прибуток підприємств з річним звітним податковим періодом і тому на грудень 2022 р. припала сплата річного податкового зобов'язання зі сплати податку на прибуток підприємств.

В жовтні та грудні 2022 р. підприємство ще сплачувало акцизний податок, і співвідношення між зобов'язаннями зі сплати податків та відрахувань на соціальні заходи складало близько 60% : 40%. Починаючи з січня 2023 р. співвідношення стало близько 50% : 50%. Підприємство майже порівну почало сплачувати грошові зобов'язання з податків і відрахувань на соціальні заходи.

Таблиця 2

Вихідні дані для податкового аналізу структури й динаміки податків й платежів на ТОВ «ЕЙ ДІ ТРЕЙД» за 08.2022-04.2023 рр.

Показник	Місяць, рік, грн.							
	09.2022	10.2022	11.2022	12.2022	01.2023	02.2023	03.2023	04.2023
1. Витрачання коштів на зобов'язання з податків, усього, у тому числі:	6460	18010,87	22905,30	63894,30	12,22	13019,40	15184	15982,20
1.1. Податок на прибуток підприємств	-	-	-	49752	-	-	-	-
1.2. Податок на додану вартість, що сплачено до бюджету	1957	7504	10600	1106	471	1192	935	306
1.3. Акцизний податок	318	984	101,30	904	X	X	X	X
1.4. Податок на доходи фізичних осіб	4185	9522,87	1,204	12132,30	11951	11827,40	14249	15676,20
2. Відрахування на соціальні заходи	5665	11639,06	15272	14828,33	13179,11	12960,74	15920,49	18321,18
2.1. ЄСВ 22%	5665	11639,06	15272	14828,33	12296,06	12035,64	14995,39	17227,88
2.2.ЄСВ 8,41%	-	-	-	-	883,05	925,10	925,10	1093,30
РАЗОМ сплачено коштів до бюджету на зобов'язання з податків й платежів (ряд.1+ряд.2)	12125	29649,93	38177,30	78722,63	25601,11	25980,14	31104,49	34303,38
3. Доходи, отримані підприємством за період	255190	1684434	1595870	1808816	1523243	1482955	2022260	2094580
4. Фонд заробітної плати	25750	52904,77	69418,18	67401,51	66391,20	65707,46	79160,87	87090

Джерело: складено авторами на підставі фінансової звітності та податкових декларацій підприємства ТОВ «ЕЙ ДІ ТРЕЙД»

Для визначення податкового навантаження використовують як абсолютні, так і відносні показники. Абсолютними показниками є сума всіх податків і зборів, які підлягають сплаті до бюджетів за звітний період, і величина окремих податків і зборів, зокрема, податку на прибуток підприємств, податку на доходи фізичних осіб, податку на додану вартість, єдиного соціального внеску тощо. Для більшої наочності і зменшення впливу рівня інфляції на показники будемо здійснювати розрахунок та аналіз відносних показників.

Визначимо загальне податкове навантаження підприємства, розрахувавши коефіцієнти податкового навантаження податків й платежів з доходу і витрат на оплату праці і відрахувань з неї. Аналітичні розрахунки подані в табл. 3.

Коефіцієнт податкового навантаження доходів визначається відношенням сплачених коштів до бюджетів за податками й платежами до отриманих доходів.

Таблиця 3

**Динаміка відносних показників податкового навантаження
на ТОВ «ЕЙ ДІ ТРЕЙД» за вересень 2022 р. – квітень 2023 р.**

Показник	Місяць, рік							
	09.2022	10.2022	11.2022	12.2022	01.2023	02.2023	03.2023	04.2023
1. Коефіцієнт податкового навантаження доходів	0,0475	0,0176	0,0239	0,0435	0,0168	0,0175	0,0154	0,0164
2. Коефіцієнт податкового навантаження з ПДВ доходів	0,0077	0,0045	0,0066	0,0006	0,0003	0,0008	0,0005	0,0002
3. Коефіцієнт податкового навантаження з податку на прибуток підприємств доходів	-	-	-	0,0093	-	-	-	-
4. Коефіцієнт податкового навантаження з акцизного податку доходів	0,0013	0,0006	0	0,0005	X	X	X	X
5. Коефіцієнт податкового навантаження витрат на оплату праці з ПДФО	0,1625	0,18	0,1758	0,18	0,18	0,18	0,18	0,18
6. Коефіцієнт податкового навантаження за відрахуваннями на соціальні заходи витрат на оплату праці	0,22	0,22	0,22	0,22	0,19852	0,1973	0,2012	0,2104

Джерело: розраховано авторами на підставі табл. 2

Економічний зміст цього коефіцієнта складається з визначення частки всіх податків й платежів у доходах підприємства. Як свідчать дані табл. 3, коефіцієнт податкового навантаження доходів має тенденцію до зниження, тобто на 1 грн доходу у вересні 2022 р. підприємство сплачувало майже 5

коп. відрахувань до бюджетів, у грудні 2022 р. – майже 4 коп., а у січні 2023 р. – близько 2 коп. Для підприємства така тенденція є позитивною, що передбачає подальший розвиток діяльності.

Коефіцієнт податкового навантаження з ПДВ доходів визначається відношенням податкового зобов'язання з ПДВ, що підлягає сплаті в бюджет (податкове зобов'язання «мінус» податковий кредит) і показує частку ПДВ, яка підлягає сплаті до бюджету в загальній сумі доходів. Як свідчать дані табл. 3, частка ПДВ у загальній сумі доходів не має чітко вираженої тенденції. Але можна з впевненістю простежити, що у загальній сумі доходів цей податок займає досить незначну частку (найбільша частка – 0,0077 у 09.2022 р., а найменша – 0,0002 у 04.2023 р.) і суттєво не впливає на доходи підприємства.

Коефіцієнт податкового навантаження з податку на прибуток підприємств розраховується діленням податку на прибуток підприємства за річний звітний період на доходи, отримані підприємством за відповідний звітний період. Оскільки підприємство почало свою діяльність у серпні 2022 р., у знаменнику буде відображено загальну суму доходів за 5 місяців 2022 р. Цей показник показує, що на 1 грн доходу підприємство сплатило майже 1 коп. податку на прибуток підприємства.

Коефіцієнт податкового навантаження з акцизного податку доходів визначається діленням акцизного податку на доходи, отримані підприємством за період. З даних табл. 3 видно, що підприємство сплачувало акцизний податок у 2022 р. I, як зазначалося вище, починаючи з 01.01.2023 р. не є платником акцизного податку. Хочеться зазначити, що за 2022 р. відбувався незначний вплив на доходи підприємства від сплати акцизного податку.

Коефіцієнт податкового навантаження витрат на оплату праці з ПДФО показує частку ПДФО у загальній сумі витрат підприємства на оплату праці. На нашу думку, цей показник залежить від ставки податку, що складає 18%. Хоча в деяких місяцях показник складав 0,1625; 0,1758: значення менше ніж ставка податку. Поясненням може бути наявність у працівників підприємства права на отримання податкової соціальної пільги щодо сплати ПДФО.

Коефіцієнт податкового навантаження за відрахуваннями на соціальні заходи витрат на оплату праці показує частку зборів на загальнообов'язкове соціальне страхування в загальній сумі витрат підприємства на оплату праці. Так, у 2022 р. на 1 грн фонду оплати праці припадало майже 22 коп. відрахувань на соціальні заходи, у той час, як ставка ЄСВ становила 22% з фонду оплати праці без утримань із заробітної плати працівників. За період січня-квітня 2023 р. цей коефіцієнт становив відповідно 19,85 коп., 19,73 коп., 20,12 коп. та 21,04 коп. у 1 грн витрат на оплату праці. Це пояснюється тим, що на підприємстві з січня 2023 р. працюють інваліди, за яких сплачується ставка ЄСВ у розмірі 8,41%.

Як видно, зростання витрат на оплату праці приводить до зменшення величини сплачених зборів на загальнообов'язкове соціальне страхування. Працевлаштував у 2023 р. інвалідів, підприємство виконало, з одного боку, важливу соціальну функцію щодо залучення інвалідів до суспільного життя, а з іншого боку, оптимізувало сплату соціальних внесків.

Висновки дослідження та перспективи подальших розвідок.

Розглянуто особливості податкового менеджменту на прикладі мікропідприємства з одним із популярних видів економічної діяльності серед підприємців – продажу тютюнових виробів. Представлена розроблена авторами послідовність відкриття суб'єктом господарювання своєї діяльності. Зазначено, що для здійснення продажу тютюнових виробів підприємству необхідно отримати дозвіл у вигляді ліцензій (роздрібна та оптова торгівля тютюновими виробами). Наведені механізми отримання цих двох ліцензій.

Проаналізовано обрану підприємством лінійну організаційну структуру управління, між елементами якої існують лише одноканальні взаємодії. Вважаємо, що для даного мікропідприємства вона є оптимальною.

Розглянуто податкову систему підприємства з врахуванням особливостей сплати того чи іншого податку. Встановлено, що підприємство могло обрати серед двох систем оподаткування: спрощеної чи загальної. Було обрано загальну систему оподаткування з побудовою власної системи податків і платежів. Розглянуто структуру податків та зборів (обов'язкових платежів) на ТОВ «ЕЙ ДІ ТРЕЙД». Підприємство є платником податку на прибуток підприємств, податку на додану вартість, акцизного податку (до 01.01.2023 р.), податку на доходи фізичних осіб, єдиного соціально внеску, військового збору. Детально розглянуті механізми нарахування і сплати кожного з податків (платежів) з урахуванням особливостей щодо здійсненої діяльності (86 % здійснених операцій становить продаж тютюнових виробів за максимально роздрібними цінами, що згідно з податковим законодавством звільнені від сплати ПДВ і з 01.01.2023 р. не є платниками акцизного податку).

Здійснений податковий аналіз сплачених до бюджетів податків і платежів за період діяльності за допомогою відносних показників. Визначено загальне податкове навантаження підприємства за допомогою розрахунку таких коефіцієнтів податкового навантаження: доходів, з ПДВ доходів, з податку на прибуток підприємств доходів, з акцизного податку доходів, витрат на оплату праці з ПДФО, за відрахуваннями на соціальні заходи витрат на оплату праці.

Проведений аналіз показників податкового навантаження показав, що всі виявлені тенденції для підприємства є позитивними, суттєвого впливу сплачені суми податків на отримані доходи не мають, що передбачає подальший розвиток діяльності. Однак анонсовані згодом зміни у податковому законодавстві можуть вплинути на подальшу діяльність мікропідприємств торгівлі тютюновими виробами. Тому у зазначеному напрямку досліджень є значний потенціал.

Список використаної літератури

1. Бечко П.К., Бечко В.П., Лиса Н.В., Пташник С.А. Податковий менеджмент у системі податкового адміністрування [Електронний ресурс] : [Офіційний веб-сайт]. – Електрон. Дані. Режим доступу: http://www.economy.in.ua/pdf/11_2021/15.pdf.

2. Гавриленко Н.В., Грищенко О.В., Козіцька Н.О. Модернізація фіскального менеджменту в умовах цифровізації [Електронний ресурс] : [Офіційний веб-сайт]. – Електрон. Дані. Режим доступу: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/296/275>.

3. Сущенко О.М., Пислиця А.В. Взаємодія фіскальних органів з великими платниками податків: досвід Австралії. [Електронний ресурс] : [Офіційний веб-сайт]. – Електрон. Дані. Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/43281969.pdf>.

4. Колісниченко К. В. Світовий досвід адміністрування податкових ризиків та можливості його використання в Україні. [Електронний ресурс] : [Офіційний веб-сайт]. – Електрон. Дані. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2173>.

5. Гринчук Ю.С., Гринчук В.Ю. Податковий менеджмент в системі управління підприємством / Ю.С. Гринчук, В.Ю. Гринчук // Облік і фінанси АПК. – 2011. - № 3. - С. 125-128.

6. Український бізнес в умовах повномасштабної війни: аналітика стану за шість місяців [Електронний ресурс] : [Офіційний веб-сайт]. – Електрон. Дані. Режим доступу: <https://business.dia.gov.ua/cases/novini/ukrainskij-biznes-v-umovah-povnomashtabnoji-vijni-analitika-stanu-za-sist-misaciv> (дата звернення: 07.06.2023).

7. Шевнін О. 200 тис. нових бізнесів під час війни. Чому це не привід для оптимізму [Електронний ресурс] : [Офіційний веб-сайт]. – Електрон. Дані. Режим доступу: <https://www.dsnews.ua/ukr/economics/200-tis-novih-biznesiv-pid-chas-viyini-shcho-ce-znachit-dlya-ekonomiki-25022023-474999> (дата звернення: 07.06.2023).

8. Господарський кодекс України [Електронний ресурс] : Кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV (із змінами). – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>

9. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV (із змінами). – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>

10. Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, та пального [Електронний ресурс] : Закон України від 19.12.1995 № 481/95-ВР (із змінами). – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/481/95-%D0%B2%D1%80?find=1&text=%D0%BB%D1%96%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%B7%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F#w1>

11. Про ліцензування видів господарської діяльності [Електронний ресурс] : Закон України від 02 березня 2015 року № 222-VIII (із змінами). – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text>

12. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : Кодекс України № № 2755-VI від 02.12.2010 р. (із змінами). – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#n131>

13. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень [Електронний ресурс] : Закон України від 30 листопада 2021

року № 1914-IX (із змінами). – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1914-20#Text>

14. Сало І. В. Податковий менеджмент у банку : моногр. / І.В. Сало, Н.Г. Євченко ; ДВНЗ “УАБС НБУ”, Суми : 2009. - 187 с.

15. Ткачик Л. П. Особливості здійснення податкового аналізу на підприємстві / Л.П. Ткачик // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. -2011. - №. 7 (2). - С. 363-370.

References

1. Bechko P.K., Bechko V.P., Lisa N.V., Ptashnik S.A. *Podatkovyi menedzhment u systemi podatkovogo administruvannja* [Tax management in the tax administration system]. Available at: http://www.economy.in.ua/pdf/11_2021/15.pdf (Accessed 7 May 2023).

2. Gavrilenko N.V., Grishhenko O.V., Kozic'ka N.O. *Modernizacija fiskal'nogo menedzhmentu v umovah cyfrovizacii* [Modernization of fiscal management in the context of digitalization]. Available at: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/296/275> (Accessed 7 May 2023).

3. Sushhenko O.M., Pislicja A.V. *Vzaiemodiia fiskal'nyh organiv z velykymy platnykamy podatkov: dosvid Avstralii* [Interaction of Fiscal Authorities with Large Taxpayers: Australian Experience]. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/43281969.pdf> (Accessed 7 May 2023).

4. Kolisnichenko K. V. *Svitovyi dosvid administruvannja podatkovyh ryzykiv ta mozhlyvosti jogo vykorystannja v Ukraini* [Global experience in tax risk management and opportunities for its application in Ukraine]. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2173> (Accessed 7 May 2023).

5. Hrynychuk, Yu.S., Hrynychuk, V.Yu. (2011) *Podatkovyi menedzhment v systemi upravlinnya pidpriemstvom* [Tax management in the enterprise management system], *Oblik i finansy APK*, no 3, pp. 125-128.

6. *Ukrayins'kyi biznes v umovakh povnomasshtabnoi viyny: analityka stanu za shist' misiatsiv* [Ukrainian business in the context of a full-scale war: six-month analysis]. Available at: <https://business.dia.gov.ua/cases/novini> (Accessed 7 May 2023).

7. Shevnin, O. *200 tys. novykh biznesiv pid chas viiny. Chomu tse ne pryvid dlya optymizmu* [Shevnin O. 200 thousand new businesses during the war. Why it is not a reason for optimism]. Available at: <https://www.dsnews.ua/ukr/economics> (Accessed 7 May 2023).

8. The Verkhovna Rada of Ukraine (2003), *The Commercial Code of Ukraine*. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (Accessed 7 May 2023).

9. The Verkhovna Rada of Ukraine (1999), *The Law of Ukraine “On accounting and financial reporting in Ukraine”*. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (Accessed 7 May 2023).

10. The Verkhovna Rada of Ukraine (1995), *The Law of Ukraine «On state regulation of the production and circulation of ethyl, cognac and fruit alcohol, alcoholic beverages, tobacco products, liquids used in electronic cigarettes and fuel»*. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/481/95->

%D0%B2%D1%80?find=1&text =%D0%BB%D1%96%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%B7%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F#w1 (Accessed 7 May 2023).

11. The Verkhovna Rada of Ukraine (2015), The Law of Ukraine “On licensing of economic activities”. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text> (Accessed 7 May 2023).

12. The Verkhovna Rada of Ukraine (2010), The Tax Code of Ukraine. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#n131> (Accessed 7 May 2023).

13. The Verkhovna Rada of Ukraine (2021), The Law of Ukraine “On amendments to the Tax Code of Ukraine and other legislative acts of Ukraine to ensure the balance of budget revenues”. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1914-20#Text> (Accessed 7 May 2023).

14. Salo, I. (2009) *Podatkovyy menedzhment u banku* : monohr. [Tax management in the bank] DVNZ “UABS NBU”. Sumy, 187 p.

15. Tkachyk, L. (2011) *Osoblyvosti zdiisnennya podatkovoho analizu na pidpriemstvi* [Peculiarities of implementation of tax analysis at the enterprise]. Aktual’ni problemy rozvytku ekonomiky rehionu, no 7 (2), pp. 363-370.

PECULIARITIES OF TAX MANAGEMENT OF MICROENTERPRISES SELLING TOBACCO PRODUCTS IN THE CONDITIONS OF MARTIAL LAW

Zhanna V. Piskova, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).

E-mail: piskova.g@duan.edu.ua

Viktoria N. Varenyk, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).

E-mail: v.var@duan.edu.ua

DOI: 10.32342/2074-5362-2023-1-34-8

Keywords: *tax management, license, tobacco products, taxes, payments, tax analysis, tax burden*

The article examines the peculiarities of tax management on the example of microenterprises selling tobacco products operating in wartime. The sequence of opening a business entity is considered. The author notes the peculiarities of the selected types of economic activity, in particular, the mechanism for obtaining a permit to sell tobacco products, obtaining licenses for retail and wholesale trade in tobacco products. The current organizational structure of a microenterprise is analyzed.

The author considers the existing individual tax system of an enterprise with due regard for the peculiarities of payment of a particular type of tax, taking into account tax management. It is noted that the analyzed enterprise LLC “A.D. Trade” is a payer of 4 taxes and 2 fees (payments) by law. It is established that the tax legislation of Ukraine facilitates the implementation of the type of activity chosen by the enterprise. Due to the introduction of appropriate VAT benefits, the company became a VAT payer on a voluntary basis. Although the microenterprise is a seller of excisable goods, it does not pay excise tax because it is not a taxpayer. The excise tax was shifted from the seller to the manufacturer and importer of tobacco products. A tax analysis of taxes and payments paid to the budgets for the period of activity was carried out. It was established that the company paid the most to the budget for

tax liabilities (81.16%) and payments (18.84%) in December 2022. This is due to the fact that the company is a corporate income tax payer with an annual reporting tax period and therefore the payment of the annual tax liability for corporate income tax fell on December 2022. The author analyzes the tax burden indicator in general and in the context of individual taxes and payments by calculating the following coefficients: tax burden of income, VAT income, corporate income tax income, excise tax income, labor costs with personal income tax, and labor costs with social security contributions.

It was found that all the identified trends for the enterprise are positive, and the amounts of taxes paid do not have a significant impact on the income received.

The results of the study demonstrate that the considered features of tax management of a microenterprise have a positive impact on the development and further activities of the enterprise in the field of tobacco trade.

Одержано 27.04.2023.

УДК 339.133.017

DOI: 10.32342/2074-5362-2023-1-34-9

В.М. ШЕВЧЕНКО,

*кандидат наук з державного правління, доцент,
доцент кафедри міжнародного маркетингу
Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро (Україна)
<https://orcid.org/0000-0003-0614-0648>*

І.В. ТАРАНЕНКО,

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри міжнародного маркетингу
Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро (Україна)
<https://orcid.org/0000-0002-2697-786X>*

С.С. ЯРЕМЕНКО,

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного маркетингу
Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро (Україна)
<https://orcid.org/0000-0002-9709-7560>*

Р.А. МУСАЄВ,

студент Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро (Україна)

АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Метою статті є аналіз асортиментної політики торгового підприємства та пошук напрямів її вдосконалення. Проведений аналіз довів, що проблеми формування асортиментної політики здебільшого пов'язані з надто величезним асортиментом товарів на ринку, зі змінами потреб покупців і зростанням нецінової конкуренції. Специфіка проблеми українського ринку ще ускладнюється активними бойовими діями в країні та пов'язаними з цим економічною нестабільністю, інфляцією, низьким рівнем платоспроможного попиту, низьким рівнем зростання доходів населення, проблемами з доставкою товару тощо.

Визначено сутність поняття «асортиментна політика» як сфера діяльності маркетингового менеджменту підприємства, що представляє собою сукупність принципів, дотримання яких приводить до формування оптимального асортименту товарів з погляду підвищення конкурентоспроможності підприємства з урахуванням власних можливостей, можливостей постачальників і партнерів, потреб ринку, сезонності попиту тощо.

На підставі проведеного АВС-аналізу для лінії магазинів «EVA» наголошується, що найбільш значущими товарами є декоративна косметика, парфуми для жінок. Їхня частка у загальному товарообігу в середньому складає майже 20%. Вони та інші важливі

для підприємства товари належать до категорії «А», тобто, є найбільш важливими та значущими, їхня частка в сумі складає 60%. До групи «В», яка передбачає середню значимість, належать ароматизатори, парфумовані свічки, атомайзери тощо. Їхня частка загалом складає 30%, це основа асортименту магазинів мережі. Найменшу частку займають товари групи «С», які є найменш значущими за сумою товарообігу лінії магазинів «EVA»: засоби гоління для чоловіків, косметичні щітки, біжутерія тощо. Їхня частка загалом складає лише 10%.

Здійснено XYZ-аналіз для лінії магазинів «EVA», результати якого свідчать, що товари з відміткою X – це товари, на які попит є стабільним протягом всього року (гігієна та догляд, товари для догляду за оселею, аромати для дому тощо); товари Y зберігають відносну стабільність протягом року, і товари Z – нестабільні товари, коефіцієнт варіації обсягів продажу за кварталами перевищує 20% (захист від сонця, догляд для губ тощо).

Побудовано інтегровану матрицю ABC-XYZ-аналізу яка доводить, що лінія магазинів «EVA» проводить зважену асортиментну політику, проте не насичує асортимент в достатній мірі тими позиціями, за якими можна отримати вищий рівень рентабельності, що призводить до досить низького прибутку протягом останніх років. Для підприємства відчутною є відсутність в асортименті товарних груп, яких можна віднести до класифікації CZ, які є товарами спонтанного попиту, а тому збільшення асортименту на користь таких товарів може дати можливість отримати вищий рівень прибутку.

Рекомендовано компанії продовжувати працювати над розробкою нових власних торгових марок і створенням нових товарних позицій серед старих, розширюючи асортимент у «середній» і «середній мінус» цінових сегментах.

Ключові слова: асортиментна політика, товарний асортимент, ABC-аналіз, XYZ-аналіз

The purpose of the article is to analyze the assortment policy of a trading company and search for directions for its improvement. The conducted analysis proved that the problems of forming an assortment policy are mostly connected with too huge assortment of goods on the market, with changes in customer needs and the growth of non-price competition. The specificity of the problem of the Ukrainian market is further complicated by the active hostilities in the country and related economic instability, inflation, low level of solvent demand, low level of population income growth, problems with the delivery of goods, etc.

The essence of the concept of “assortment policy” as a field of activity of the marketing management of the enterprise is defined, which is a set of principles, the observance of which leads to the formation of an optimal assortment of goods from the point of view of increasing the competitiveness of the enterprise, taking into account its own capabilities, the capabilities of suppliers and partners, market needs, seasonality of demand, etc.

Based on the ABC analysis for the “EVA” line of stores, it is emphasized that the most significant products are decorative cosmetics, perfumes for women. Their share in the total turnover is on average almost 20%. They and other important products for the company belong to the category «A», that is, they are the most important and significant, their share in the sum is 60%. The «B» group, which assumes medium significance, includes aromas, scented candles, atomizers, etc. Their share in total is 30%, it is the basis of the chain’s range of stores. The smallest share is occupied by goods of the «C» group, which are the least significant in terms of the turnover of the «EVA» line of stores: shaving products for men, cosmetic brushes, jewelry, etc. Their share in total is only 10%.

An XYZ analysis was carried out for the “EVA” line of stores, the results of which show that the products marked X are products for which the demand is stable throughout the year (hygiene and care, home care products, home fragrances, etc.); products Y remain relatively stable throughout the year and products Z are volatile products, the coefficient of variation of sales volume by quarter exceeds 20% (sun protection, lip care, etc.).

An integrated matrix of ABC-XYZ-analysis was built, which proves that the “EVA” store line carries out a balanced assortment policy, but does not saturate the assortment sufficiently

with those items for which a higher level of profitability can be obtained, which leads to a rather low profit in recent years. For the company, the absence of product groups that can be attributed to the CZ classification, which are products of spontaneous demand, in the product range is noticeable, and therefore, increasing the product range in favor of such products can provide an opportunity to obtain a higher level of profit.

It is recommended that the company continue to work on the development of new own brands and the creation of new product positions among the old ones, expanding the assortment in the “average” and “average minus” price segments.

Keywords: *assortment policy, product assortment, ABC-analysis, XYZ-analysis*

Постановка проблеми. Формування асортиментної політики є одним із найважливіших напрямів діяльності маркетингу як роздрібно, так і оптового торгового підприємства. Адже навіть добре сплановані стратегії збуту та рекламної кампанії не зможуть запобігти наслідкам помилок, допущених раніше при плануванні асортименту товару. Проблеми формування асортиментної політики здебільшого пов'язані з надто величезним асортиментом товарів на ринку, зі змінами потреб покупців і зростанням нецінової конкуренції. Специфіка проблеми українського ринку ще ускладнюється активними бойовими діями в країні та пов'язаними з цим економічною нестабільністю, інфляцією, низьким рівнем платоспроможного попиту, низьким рівнем зростання доходів населення, проблемами з доставкою товару тощо.

Варто зазначити, що асортимент товарів, що продаються, є одним з факторів, що впливають на розмір одержуваного прибутку, а також на ряд інших кількісних і якісних показників роботи підприємства, як-то рентабельність, оборот, конкурентоспроможність, частку ринку та ін. Тому дослідження щодо удосконалення асортиментної політики торгового підприємства в сучасних умовах стає все більш актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню питань щодо управління товарним асортиментом на виробничих підприємствах і у роздрібній торгівлі досліджували такі вітчизняні і зарубіжні вчені, як І. Ансофф, О. Бузукова, Б. Берман, Л. Вейтц, А. В. Войчак, Є. П. Голубков, О. П. Градов, О. В. Дубовик, Дж. Еванс, Д. Едкок, Е. М. Забарна, Н. Каллен, Ф. Котлер, Л. О. Лігоненко, І. А. Маркіна, А. А. Мазаракі, О. І. Марченко, М. А. Окландер, Ф. Панкратов, М. Салліван, Г. Серьогіна, В. Снегірєва та ін. У дослідженнях науковців розглядаються питання щодо сутності та умов формування товарного асортименту підприємства, сучасного стану асортименту та шляхів його оптимізації, ринкових підходів та напрямів формування асортиментного ряду, класифікації і перспектив формування підприємницьких мереж у роздрібній торгівлі, аналізу методів формування асортиментної політики торгового підприємства та ін. [1, 2, 3, 4, 5, 6]. Водночас вченими досліджувались різні аспекти управління асортиментною політикою компанії, її актуальності у сучасному управлінні підприємством роздрібною торгівлі, а також функціональному аспекту управління асортиментом у комерційній діяльності [7, 8, 9]. В той же час, практика показує, що потрібні глибокі наукові дослідження з питань удосконалення асортиментної політики торгового підприємства, зокрема, її формування в сучасних умовах.

Мета статті полягає в аналізі асортиментної політики торгового підприємства та пошуку напрямів її вдосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглядаючи напрацювання вітчизняних та іноземних науковців щодо визначення сутності поняття «асортиментна політика», варто зазначити, що на сьогодні існує безліч підходів, серед яких слід виділити наступні.

За Ф. Котлером, асортиментна політика – це визначення (формування) та підтримка оптимальної структури товарів, які виробляються та реалізуються з врахуванням поточних та майбутніх цілей підприємства [10].

Б. Берман і Дж. Еванс вважають, що це політика, суть якої полягає у визначенні номенклатури товарів, що реалізуються, продукції з урахуванням власних можливостей, можливостей постачальників і партнерів, потреб ринку, ступеня ризику, сезонності попиту, кон'юнктури та динаміки цін та ін. [11].

Більш розгалужено характеризує це поняття у своїх напрацюваннях С.С. Гаркавенко, на думку якого асортиментна політика передбачає певний курс дій товаровиробника або наявність у нього заздалегідь обґрунтованих принципів поведінки. Вона повинна забезпечити відповіді на питання з приводу формування асортименту та управління ним, підтримання конкурентоспроможності товарів на певному рівні, знаходженню для товарів оптимальних товарних сегментів, розробки та здійснення стратегії упаковки, маркування, обслуговування товарів [12].

На думку С.В. Близнюка, асортиментна політика – це політика щодо формування асортименту підприємства на цільових ринках, а також план подальшого керування та оптимізації його, виходячи з загроз та можливостей маркетингового середовища [13].

Проведений аналіз визначення сутності поняття «асортиментної політики» показує, що це сфера діяльності маркетингового менеджменту підприємства, що представляє собою сукупність принципів, дотримання яких приводять до формування оптимального асортименту товарів з погляду підвищення конкурентоспроможності підприємства з урахуванням власних можливостей, можливостей постачальників і партнерів, потреб ринку, сезонності попиту та ін.

Щоб прийняти рішення щодо формування товарного асортименту, можна провести аналіз показників збуту, частки ринку, рівня витрат і рентабельності. Так вважається, що товарний асортимент дуже вузький, якщо прибуток збільшується після додавання в асортимент нового товару, і занадто широкий, якщо прибуток збільшується після припинення випуску виробів. Тобто прибуток – це універсальний показник, на основі якого можна провести аналіз рентабельності товарної групи і АВС - аналіз.

Наше дослідження буде базуватися на результатах діяльності відомій всім в країні лінії магазинів «EVA». Це мережа магазинів для жінок та чоловіків, в асортименті яких широко представлені такі групи товарів як :

- косметика і парфумерія (туш, лаки для волосся та нігтів, фарба для волосся, маски, скраби, пудра, парфуми, туалетна вода тощо);

- товари особистої гігієни (серветки, ватні диски та палички, рушники паперові, прокладки, гребінці тощо);

- товари для дому (засоби проти плісняви, миючі засоби, ароматизатори, мило для прання, порошок для прання, свічки, насіння тощо);
- біжутерія (сережки, каблучки, браслети, кулони, намисто, ланцюжки, гумки для волосся, обручі тощо);
- білизна (майки, футболки, шкарпетки, нижня білизна тощо);
- сумки та аксесуари (валізи, парасольки, рюкзаки, кепки, ремені, окуляри, гаманці тощо);
- сувенірна продукція (брелоки, магнітики, вітальні листівки, статуетки, пісочні годинники, сувенірні гроші, тарілки, чашки, дзвіночки, обереги тощо) [14].

На упаковці товарів лінії магазинів «EVA» розміщуються відомості про виробника, марочна назва, інформація про товар. Створення ефективної упаковки для нового товару може обійтися виробникові у доволі велику суму. Але марочний товар не може обійтися без упаковки, яка є частиною іміджу товару. Упаковка допомагає споживачеві відразу впізнати марочний товар, вирізняє його серед інших товарів.

Лінія магазинів «EVA» піклується про високу якість торгового сервісу товарами широкого асортименту відповідно до вимог сучасного ринку. Це забезпечує повагу та відданість споживачів.

Товарний асортимент лінії магазинів «EVA» здебільшого орієнтований на жіночу аудиторію. Ключовими перевагами лінії магазинів, що забезпечують лідируюче становище на ринку, є наступні:

- перша в Україні мережа жіночих магазинів категорії мас-маркет;
- грамотне зонування торговельних залів;
- чіткий і стрімкий напрямок розвитку мережі;
- високий рівень професійної підготовки персоналу магазинів;
- професійна команда менеджерів.

«Турбота про красу та догляд» – такий слоган лінії магазинів «EVA», що підтверджує позицію магазинів, де кожний споживач отримає професійну допомогу та консультацію [15].

Конкурентною перевагою мережі є прогресивний розвиток власних торговельних марок. На даний момент у продажі успішно представлені дев'ять власних торговельних марок: Управдом, Lito, SKY, Defile, Viv'en, Camill Lady, Green Way, MY, LCF. Лінія магазинів «EVA» має амбітні плани: збільшити долю власних торговельних марок у нових категоріях та досягнути 10% у товарообігу мережі [16].

Розвиток власних торговельних марок лінії магазинів «EVA» дозволяє дійти висновку про конкурентність товарів ВТМ (власні торговельні марки, private label). Рішення про введення до асортименту торговельної мережі товарів ВТМ – питання асортиментної стратегії. Проте, зважаючи на тісний зв'язок усіх товарів асортименту, а також більшу маржу товарів ВТМ, розглядаються власні торговельні марки у розрізі стратегії збуту, через те, що саме маркетингова збутова стратегія зосереджена на визначенні потреб споживачів, їх платоспроможності та відповідній пропозиції релевантних товарів у зручних для споживачів маркетингових каналах [17].

Незважаючи на складну економічну та безпекову ситуацію у країні, роздрібна мережа магазинів постійно удосконалює асортимент товарів, що пропонуються,

згідно з вимогами споживачів. Необхідно відмітити, що через те, що багато споживачів відмовляються купувати «ім'я виробника» замість товарів, все більш вітчизняних торговельних мереж випускають товари власних торгових марок (VTM), які відрізняються своєю непоганою якістю та оптимальними цінами. Лінія магазинів «EVA» формує роздрібні ціни на продукцію, встановлюючи певні націнки в розмірі від 3% до 30% на асортимент товарів.

Більшість цін лінії магазинів «EVA» є вільними, або договірними, оскільки підприємство орієнтується на попит серед споживачів. Крім того, мережа встановлює на деякі товари (зазвичай, на брендову парфумерію, товари особистої гігієни) ціну від виробника, а виробник сплачує мережі певний відсоток від продажів. Загалом, лінія магазинів «EVA» у своїй діяльності встановлює цілком конкурентні ціни, завдяки чому можна проводити конкурентну політику щодо товарів інших торгових мереж. Також активно впроваджуються акції. Використовується знижка за кількість (3 за ціною 2-х, 2 за ціною 1-го), а також використовується накопичувальна програма, знижки надаються за накопичені бонуси.

Лінія магазинів «EVA» співпрацює з багатьма відомими брендами в галузі краси та здоров'я, які представлені у її магазинах і на сайті. Деякі з партнерів:

1. L'Oreal – світовий лідер у галузі косметики та засобів догляду за волоссям.

2. Maybelline – відомий бренд декоративної косметики.

3. Garnier – бренд, який пропонує засоби догляду за волоссям, обличчям та тілом.

4. Nivea – компанія, що спеціалізується на засобах гігієни та догляду за шкірою.

5. Bielenda – польський бренд косметики, який пропонує засоби для догляду за шкірою обличчя та тіла.

6. Eveline Cosmetics – бренд з Польщі, який спеціалізується на догляді за шкірою обличчя та тіла.

7. Organic Shop – бренд органічної косметики, який пропонує засоби для догляду за шкірою та волоссям з натуральними інгредієнтами.

Це лише декілька з багатьох партнерів компанії. Із метою розширення асортименту та задоволення потреб споживачів компанія постійно встановлює нові партнерські зв'язки з провідними виробниками косметичних засобів та товарів для здоров'я.

У табл. 1 наведений перелік основних постачальників лінії магазинів «EVA» станом на 2021 р.

Таблиця 1

Перелік основних постачальників лінії магазинів «EVA» станом на 2021 р.

Напрямок	Торговельна марка
Декоративна косметика	«LCF», «PatriciaLedo», «GlamBee», «Honey bunny miss»
Парфумерія	«MariQueen», «Moxa'm», «The City spirit», «Fabien Marche», «Ralf Cristoff», «Le BOUQUET», «PlayandLive», «PatriciaLedo», «GlamBee»

Закінчення табл. 1

Напрямок	Торговельна марка
Панчішно-шкарпеточні вироби	«Defile comfort», «Viv'en Petty», «Sensify», «AmiGO», «AmiGA»
Засоби по догляду за руками, ногами, тілом та обличчям:	«Green Way ФітоЛінія», «MAY», «UTerranative», «About body»
Гребінці та галантерея	«K.O.S.», «Камілл Леді», «Соварт»
Засоби по догляду за волоссям	«MAY», «Level», «Gen 96», «About hair»
Професійні засоби по догляду за волоссям	«Estima», «IQ code», «GEN geneticlab»
Засоби для фарбування волосся	«Colibri», «ART CAPELLY», «PORTFOLIO»
Професійні засоби для фарбування волосся	«Estima», «IQ code»
Засоби жіночої гігієни	«Ombrello», «Lingery»
Засоби догляду за порожниною рота та зубами	«!CEBERG», «MAY dent», «Полісся»
Товари дитячої категорії	«Honey Bunny», «Десять слоненят», «Crazy Mo»
Підгузки	«JOY», «Lucky Pin»
Товари для дому та побутова хімія	«Управдом», «SKY Style», «MAY dent»
Побутова хімія	«Управдом», «Полісся», «SKY Style»
Паперово-гігієнічна продукція	«Lito», «Green Way ФітоЛінія», «Полісся»

Крім косметики лінії магазинів «EVA» також продає товари для здоров'я та гігієни, такі як вітаміни, дитяча косметика, засоби гігієни порожнини рота та багато іншого. У магазинах можна знайти широкий вибір продуктів для догляду за шкірою обличчя та тіла, макіяжу, волосся, а також засобів для манікюру та догляду за нігтями.

Для визначення найбільш популярних груп товарів, які продаються в лінії магазинів «EVA», проведемо ABC- та XYZ-аналіз товару підприємства (табл. 2).

Отже, для лінії магазинів «EVA» найбільш значущими товарами є декоративна косметика, парфуми для жінок, їхня частка у загальному товарообігу в середньому складає майже 20%, вони та інші важливі для підприємства товари належать до категорії «А», тобто, вони є найбільш важливими та значущими, їхня частка в сумі складає 60%. До групи «В», яка передбачає середню значимість, належать ароматизатори, парфумовані свічки, атомайзери тощо. Їхня частка загалом складає 30%, це основа асортименту магазинів мережі. Найменшу частку займають товари групи «С», які є найменш значущими за сумою товарообігу лінії магазинів «EVA»: засоби гоління для чоловіків, косметичні щітки, біжутерія тощо. Їхня частка загалом складає лише 10%.

Таблиця 2

ABC-аналіз реалізованих товарів лінії магазинів «EVA»

№	Товарна група	Оборот по групі за рік, тис. грн.	Частка в товарообігу, %		Частка в товарообігу, % накопичувальним підсумком	Група
	Всього, тис. грн	16990297	100			
1	Декоративна косметика	1741505	10,25	60%	10,25	А
2	Парфуми для жінок	1537622	9,05		19,3	
3	Нішева парфумерія	1476457	8,69		27,99	
4	Товари для догляду за оселею	1430583	8,42		36,41	
5	Парфуми для чоловіків	1238593	7,29		43,7	
6	Засоби для догляду за волоссям	1233496	7,26		50,96	
7	Ароматизатори	963349,8	5,67		56,63	
8	Парфумовані свічки	931068,3	5,48	30%	62,11	В
9	Атомайзери	861408,1	5,07		67,18	
10	Лаки, гелі, основи для нігтів	817233,3	4,81		71,99	
11	Інструменти для манікюру та педикюру	767961,4	4,52		76,51	
12	Крем, бальзами та маски для обличчя	592961,4	3,49		80	
13	Ароматична вода, спрей	555582,7	3,27		83,27	
14	Захист від сонця	541990,5	3,19		86,46	
15	Засоби догляду для губ	438349,7	2,58		89,04	
16	Засоби гоління для чоловіків	378883,6	2,23	10%	91,27	С
17	Косметичні щітки	310922,4	1,83		93,1	
18	Біжутерія	287136	1,69		94,79	
19	Аромати для дому	248058,3	1,46		96,25	
20	Спецзасоби	224271,9	1,32		97,57	
21	Гігієна і догляд	154611,7	0,91		98,48	
22	Лазня і сауна	141019,5	0,83		99,31	
23	Сумки, косметички	117233	0,69	100		

Для оцінки ефективності товарообігу лінії магазинів «EVA» проаналізуємо рентабельність продажу мережі за кожною товарною групою окремо. Результати наведені в табл. 3.

Таблиця 3

Середня рентабельність продажу лінії магазинів «EVA» за кожною товарною групою

Товарна група	Середньорічний показник рентабельності, %
1. Декоративна косметика	5,21
2. Парфуми для жінок	8,24
3. Нішева парфумерія	6,11
4. Товари для догляду за оселею	5,28
5. Парфуми для чоловіків	7,64
6. Засоби для догляду за волоссям	3,67

Закінчення табл. 3

Товарна група	Середньорічний показник рентабельності, %
7. Ароматизатори	4,88
8. Парфумовані свічки	6,38
9. Атомайзери	8,9
10. Лаки, гелі, основи для нігтів	9,2
11. Інструменти для манікюру та педикюру	7,87
12. Крем, бальзами та маски для обличчя	8,32
13. Ароматична вода, спрей	4,78
14. Захист від сонця	8,8
15. Засоби догляду для губ	9,73
16. Засоби гоління для чоловіків	7,12
17. Косметичні щітки	4,67
18. Біжутерія	9,05
19. Аромати для дому	6,24
20. Спецзасоби	4,11
21. Гігієна і догляд	5,27
22. Лазня і сауна	8,55
23. Сумки, косметички	4,17

Можна відзначити, що найвищий рівень рентабельності лінії магазинів «EVA» за 3 роки спостерігався за товарною групою «засоби догляду для губ» (9,73%), а найнижчий – за групою «засоби для догляду за волоссям» (3,67%). Дана мережа використовує стратегію невисоких цін, оскільки прагне зберігати конкурентну цінову позицію з-поміж інших великих підприємств сфери дрогері-ртейлу. Також, з огляду на ABC-аналіз та аналіз рентабельності за групами, можна відзначити, що засоби для догляду за волоссям хоч і мають найменшу рентабельність, але попит на них досить високий, тому за цими товарами діє ефект привабливої ціни в мережі магазинів «EVA».

На основі побудованих таблиць з аналізом товарного асортименту, можемо здійснити XYZ-аналіз для лінії магазинів «EVA» (табл. 4).

Таблиця 4

XYZ-аналіз реалізованих товарів лінії магазинів «EVA»

Товарна група	Коефіцієнт варіації, %	XYZ
1. Захист від сонця	42,7	Z
2. Засоби догляду для губ	28,3	Z
3. Лазня і сауна	22,6	Z
4. Атомайзери	19,5	Y
5. Спецзасоби	18,4	Y
6. Інструменти для манікюру та педикюру	16,2	Y
7. Парфуми для чоловіків	15,8	Y
8. Крем, бальзами та маски для обличчя	15,7	Y

Закінчення табл. 4

Товарна група	Коефіцієнт варіації, %	XYZ
9. Лаки, гелі, основи для нігтів	15,2	Y
10. Засоби гоління для чоловіків	14,9	Y
11. Сумки, косметички	14,8	Y
12. Ароматична вода, спрей	14,1	Y
13. Біжутерія	13,7	Y
14. Косметичні щітки	12,8	Y
15. Парфуми для жінок	12,7	Y
16. Парфумовані свічки	12,4	Y
17. Ароматизатори	10,7	Y
18. Засоби для догляду за волоссям	9,9	X
19. Аромати для дому	9,6	X
20. Декоративна косметика	9,5	X
21. Нішева парфумерія	9,4	X
22. Товари для догляду за оселею	7,9	X
23. Гігієна і догляд	7,2	X

За результатами аналізу можна констатувати, що товари з відміткою X – це товари, на які попит є стабільним протягом всього року (гігієна та догляд, товари для догляду за оселею, аромати для дому тощо); товари Y зберігають відносну стабільність протягом року, і товари Z – нестабільні товари, коефіцієнт варіації обсягів продажу за кварталами перевищує 20% (захист від сонця, догляд для губ тощо).

Поєднаємо ці матриці, створимо інтегровану матрицю ABC-XYZ-аналізу даного підприємства (табл. 5).

Таблиця 5

Інтегрована матриця ABC-XYZ-аналізу лінії магазинів «EVA»

	A	B	C
X	Декоративна косметика, нішева парфумерія, товари для догляду за оселею, засоби для догляду за волоссям		Аромати для дому, гігієна і догляд
Y	Парфуми для жінок, парфуми для чоловіків, ароматизатори	Парфумовані свічки, атомайзери, лаки, гелі, основи для нігтів, інструменти для манікюру та педикюру, крем, бальзами та маски для обличчя, ароматична вода, спрей	Засоби гоління для чоловіків, косметичні щітки, біжутерія, спецзасоби, сумки, косметички
Z		Захист від сонця, засоби догляду для губ	Лазня і сауна

Отже, в лінії магазинів «EVA» найбільше товарів за групою BY. Товари групи AY і BY при високому товарообігу мають недостатню стабільність споживання, і, як наслідок, для того щоб забезпечити постійну наявність,

потрібно збільшити страховий запас. Серед таких товарів – парфуми для жінок, парфуми для чоловіків, ароматизатори, парфумовані свічки, атомайзери, лаки, гелі, основи для нігтів тощо.

Група BZ теж приносять істотний дохід, але попит на них майже неможливо спрогнозувати. Якщо створювати запаси на складі, виходячи з максимально можливою місячної виручки, то значна частина товару може залишитися нереалізованою. Тому краще використовувати інші способи, які забезпечать потрібну кількість товару. До таких товарів належать товари для захисту від сонця, засоби догляду для губ.

Товари групи СУ можна замовляти у постачальника регулярно. При цьому рекомендується тримати на складі страховий запас через коливання попиту, якщо дозволяють фінансові можливості. До таких товарів належать засоби гоління для чоловіків, косметичні щітки, біжутерія, спецзасоби, сумки, косметички. А товари СХ зазвичай замовляють у постачальника зі стабільною періодичністю. До таких товарів належать групи ароматів для дому, гігієна і догляд.

Висновки. Отже, результати аналізу свідчать, що лінія магазинів «EVA» проводить зважену асортиментну політику, проте не насичує асортимент в достатній мірі тими позиціями, за якими можна отримати вищий рівень рентабельності, що призводить до досить низького прибутку протягом останніх років. Для підприємства відчутною є відсутність в асортименті товарних груп, яких можна віднести до класифікації CZ, які є товарами спонтанного попиту, а тому збільшення асортименту на користь таких товарів може дати можливість отримати вищий рівень прибутку. Втім компанії варто продовжувати працювати над розробкою нових власних торгових марок і створенням нових товарних позицій серед старих, розширюючи асортимент у «середній» і «середній мінус» цінових сегментах.

Подальші дослідження будуть пов'язані з впровадженням оптимальних рішень в управлінні асортиментною політикою з урахуванням внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Список використаної літератури

1. Абрамович І. А. Товарний асортимент підприємства: сутність та умови формування. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. №12. С. 6 - 9.
2. Браницька І. І. Огляд сучасного ринку: стан асортименту та шляхи його оптимізації. *Вісник України*. 2018. № 1. С. 6 - 7.
3. Кузенко Т. Б. Ринкові підходи та напрями формування асортиментного ряду. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія економічна*. 2017. № 456. С. 215 - 217.
4. Кавун О. О. Підприємницькі мережі у роздрібній торгівлі України: сутність, класифікація і перспективи формування. *Актуальні проблеми економіки* № 5 (107), 2019. С. 96 - 100.
5. Мокляк М. В., Сафонов М. С., Максименко Є. М. Аналіз методів формування асортиментної політики торгового підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 27. С. 204 - 210.

6. Дамінов П. А. Огляд асортименту підприємств. *Ділові новини. Вісник Сумської ТПП*. 2017. № 4. С. 30 - 31.
7. Діденко Є. О., Савельєв Д. С. Управління асортиментною політикою підприємства. *Ефективна економіка*. 2015. № 3. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3910>
8. Єфімова Є. О. Актуальність асортиментної політики у сучасному управлінні підприємством роздрібною торгівлі. *Міжнародний електронний науковий журнал «Траєкторії науки»*. 2017. № 7 (12). С. 31 - 34.
9. Шира Т. Б. Функціональний аспект управління асортиментом у комерційній діяльності. *Наукові записки Української академії друкарства. Серія: Економічні науки*. 2016. № 1. С. 63 - 73.
10. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. 12-е изд. – СПб.: Питер, 2008. 816 с.
11. Берман, Б. Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Дж. Эванс ; пер. с англ. М., 2003. 1183 с.
12. Гаркавенко, С.С. Маркетинг [Текст]: підручник / С. С. Гаркавенко. К.: Лібра, 2002. 712 с.
13. Близнюк, С. В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку [Текст] : монографія / С.В. Близнюк. К.: Політехніка, 2003. 384 с.
14. Офіційний веб-сайт мережі магазинів «EVA». URL: <https://eva.ua/ua/>
15. Вікіпедія: Мережа магазинів EVA. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/EVA_\(%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B6%D0%B0_%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D1%96%D0%B2\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/EVA_(%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B6%D0%B0_%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D1%96%D0%B2))
16. Господарі краси і чистоти: кому належать найбільші мережі drogerie & beauty Україна. RAU. URL: <https://rau.ua/novyni/novini-kompanij/komunalnezhath-drogerie-beauty/>
17. Огляд новин drogerie&beauty: поглинання Космо, перемога EVA і закриття LUSH. RAU. URL: <https://rau.ua/novyni/oglyad-novyn-drogerie-beauty/>

References

1. Abramovych I. A. *Tovarnyi asortyment pidpriemstva: sutnist ta umovy formuvannia*. [The product range of the enterprise: essence and conditions of formation]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu* [Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University], 2017, no. 12, pp. 6-9.
2. Branytska I. I. *Ohliad suchasnoho rynku: stan asortymentu ta shliakhy yoho optymizatsii*. [Overview of the modern market: the state of the assortment and ways of its optimization]. *Visnyk Ukrainy* [Bulletin of Ukraine], 2018, no. 1, pp. 6-7.
3. Kuzenko T. B. *Rynkovi pidkhody ta napriamy formuvannia asortymentnoho riadu*. [Market approaches and directions of assortment formation]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Serii ekonomichna*. [Bulletin of Kharkiv National University named after V. N. Karazin. The series is economical], 2017, no. 456, pp. 215-217.

4. Kavun O. O. *Pidpriumnytski merezhi u rozdrubnii torhivli Ukrainy: sutnist, klasyfikatsiia i perspektyvy formuvannia*. [Business networks in retail trade of Ukraine: essence, classification and prospects of formation]. *Aktualni problemy ekonomiky*. [Actual problems of the economy], 2019, no. 5 (107), pp. 96-100.
5. Mokliak M. V., Safonov M. S., Maksymenko Ye. M. *Analiz metodiv formuvannia asortymentnoi polityky torhovoho pidpriumstva*. [Analysis of methods of forming the assortment policy of a trading enterprise]. *Infrastruktura rynku*. [Market infrastructure], 2019, no. 27, pp. 204-210.
6. Daminov P. A. *Ohliad asortymentu pidpriumstv*. [Overview of the range of enterprises]. *Dilovi novyny. Visnyk Sumskoi TPP*. [Bulletin of Sumy Chamber of Commerce and Industry], 2017, no. 4, pp. 30-31.
7. Didenko Ye. O., Saveliev D. S. *Upravlinnia asortymentnoiu politykoiu pidpriumstva*. [Management of assortment policy of the enterprise.]. *Efektivna ekonomika* [Management of assortment policy of the enterprise], 2015, no. 3, Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3910> (Accessed 17 April 2023)
8. Yefimova Ye. O. *Aktualnist asortymentnoi polityky u suchasnomu upravlinni pidpriumstvom rozdrubnoi torhivli*. [The relevance of assortment policy in modern management of a retail trade enterprise]. *Mizhnarodnyi elektronnyi naukovyi zhurnal «Traiektorii nauky»*. [International electronic scientific journal «Science Trajectories»], 2017, no. 7, pp. 31-34.
9. Shyra T. B. *Funktsionalnyi aspekt upravlinnia asortymentom u komertsiiinii diialnosti*. [Functional aspect of assortment management in commercial activity]. *Naukovi zapysky Ukrainskoi akademii drukarstva. Serii: Ekonomichni nauky*. [Scientific notes of the Ukrainian Academy of Printing. Series: Economic Sciences], 2016, no. 1, pp. 63-73.
10. Kotler, F and Keller, K.L. (2008), *Marketing. Menedzhment* [Marketing. Management], Piter, Saint-Petersburg, Russian Federation. 816 p.
11. Berman, B. and Evans, G. (2003), *Roznichnaja tovgovlja: strategicheskij podhod* [Retailing: strategic approach], Vil'jams, Moscow, Russian Federation. 1183 p.
12. Harkavenko, S.S. (2002), *Marketynh* [Marketing], Libra, Kyiv, Ukraine. 712 p.
13. Blyzniuk, S. V. (2003), *Marketynh v Ukraini: problemy stanovlennia ta rozvytku* [Marketing in Ukraine: problems of formation and development], Politekhnik, Kyiv, Ukraine. 384 p.
14. *Ofitsiyni veb-sait merezhi mahazyniv «EVA»* [The official website of the «EVA» chain of stores] Available at: <https://eva.ua/ua/> (Accessed 17 April 2023).
15. *Vikipediia: Merezha mahazyniv EVA*. [Wikipedia: EVA chain of stores] Available at: [https://uk.wikipedia.org/wiki/EVA_\(%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B6%D0%B0_%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D1%96%D0%B2\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/EVA_(%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B6%D0%B0_%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D1%96%D0%B2)) (Accessed 18 April 2023).
16. *Hospodari krasny i chystoty: komu nalezhat naibilshi merezhi drogerie & beauty Ukrain*. RAU. [Owners of beauty and purity: who owns the largest drogerie & beauty chains in Ukraine. RAU] Available at: <https://rau.ua/novyni/novini-kompanij/komu-nalezhat-drogerie-beauty/> (Accessed 27 April 2023).
17. *Ohliad novyn drogerie&beauty: pohlynannia Kosmo, peremoha EVA i zakryttia LUSH*. RAU. [Review of drogerie&beauty news: takeover of Cosmo, victory of EVA and closure of LUSH. RAU.] Available at: <https://rau.ua/novyni/novini-kompanij/komu-nalezhat-drogerie-beauty/> (Accessed 29 April 2023).

ANALYSIS OF THE ASSORTMENT POLICY OF THE TRADING ENTERPRISE AND DIRECTIONS FOR ITS IMPROVEMENT

Valentyna M. Shevchenko, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).

E-mail: shevchenkovn@duan.edu.ua

Iryna V. Taranenko, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).

E-mail: taranenko@duan.edu.ua

Svitlana S. Yaremenko, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).

E-mail: svetyaremenko@gmail.com

Rustam A. Musayev, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).

E-mail: rustammusaev69@gmail.com

DOI: 10.32342/2074-5362-2023-1-34-9

Keywords: *assortment policy, product assortment, ABC-analysis, XYZ-analysis*

The purpose of the article is to analyze the assortment policy of a trading company and search for directions for its improvement. The conducted analysis proved that the problems of forming an assortment policy are mostly connected with too huge assortment of goods on the market, with changes in customer needs and the growth of non-price competition. The specificity of the problem of the Ukrainian market is further complicated by the active hostilities in the country and related economic instability, inflation, low level of solvent demand, low level of population income growth, problems with the delivery of goods, etc.

The essence of the concept of “assortment policy” as a field of activity of the marketing management of the enterprise is defined, which is a set of principles, the observance of which leads to the formation of an optimal assortment of goods from the point of view of increasing the competitiveness of the enterprise, taking into account its own capabilities, the capabilities of suppliers and partners, market needs, seasonality of demand, etc.

Based on the ABC analysis for the “EVA” line of stores, it is emphasized that the most significant products are decorative cosmetics, perfumes for women, their share in the total turnover is on average almost 20%, they and other important products for the company belong to the category “A”, that is, they are the most important and significant, their share in the sum is 60%. The “B” group, which assumes medium significance, includes aromas, scented candles, atomizers, etc. Their share in total is 30%, it is the basis of the chain’s range of stores. The smallest share is occupied by goods of the “C” group, which are the least significant in terms of the turnover of the “EVA” line of stores: shaving products for men, cosmetic brushes, jewelry, etc. Their share in total is only 10%.

An XYZ analysis was carried out for the “EVA” line of stores, the results of which show that the products marked X are products for which the demand is stable throughout the year (hygiene and care, home care products, home fragrances, etc.); products Y remain relatively stable throughout the year and products Z are volatile products, the coefficient of variation of sales volume by quarter exceeds 20% (sun protection, lip care, etc.).

An integrated matrix of ABC-XYZ-analysis was built, which proves that the “EVA” store line carries out a balanced assortment policy, but does not saturate the assortment sufficiently with those items for which a higher level of profitability can be obtained, which leads to a rather low profit in recent years. For the company, the absence of product groups that can be attributed to the CZ classification, which are products of spontaneous demand, in the product range is noticeable, and therefore, increasing the product range in favor of such products can provide an opportunity to obtain a higher level of profit.

It is recommended that the company continue to work on the development of new own brands and the creation of new product positions among the old ones, expanding the assortment in the “average” and “average minus” price segments.

Одержано 17.03.2023.