

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Серія заснована у липні 2006 р.

# ВІСНИК ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

*Серія: Економіка*

**Том 29. Випуск 3(101). 2024**



Видавничий дім  
«Гельветика»  
2024

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE  
Odesa I.I. Mechnikov National University

Series founded in July, 2006

**ODESA NATIONAL  
UNIVERSITY  
HERALD**

*Series: Economy*

**Volume 29. Issue 3(101). 2024**

Засновник: Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Редакційна рада:

**В. І. Труба**, д-р (голова ред. ради); **В. О. Іваниця**, д-р біол. наук (заступник голови ред. ради); **С. М. Андрієвський**, д-р фіз.-мат. наук; **В. В. Глебов**, канд. іст. наук; **Л. М. Голубенко**, канд. філол. наук; **Л. М. Дунаєва**, д-р політ. наук; **В. В. Заморов**, канд біол. наук; **О. В. Запорожченко**, канд. біол. наук; **О. А. Іванова**, д-р наук із соц. комунікацій; **В. Є. Круглов**, канд. фіз.-мат. наук; **В. Г. Кушнір**, д-р іст. наук; **В. В. Менчук**, канд. хім. наук; **М. О. Подрезова**, директор Наукової бібліотеки; **Н. М. Крючкова**, канд. екон. наук; **Л. М. Токарчук**, канд. юр. наук; **М. І. Ніколаєва**, канд. політ. наук; **В. В. Яворська**, д-р геогр. наук; **Н. В. Кондратенко**, д-р філол. наук.

Редакційна колегія серії «Економіка»:

**О. В. Горняк**, д-р екон. наук (головний редактор), **І. А. Ломачинська**, д-р (відповідальний секретар), **Л. М. Алексеєнко**, д-р екон. наук, **Н. І. Гражевська**, д-р екон. наук, **О. І. Котикова**, д-р екон. наук, **Е. А. Кузнєцов**, д-р екон. наук, **Є. І. Масленников**, д-р екон. наук, **В. М. Мельник**, д-р екон. наук, **І. М. Нєнно**, д-р екон. наук, **О. В. Побережець**, д-р екон. наук, **А. О. Старостіна**, д-р екон. наук, **С. О. Якубовський**, д-р екон. наук, **Du Chunbu**, Candidate of Economic Sciences, Researcher (Central University of Finance and Economics, China), **Oleg Curbatov**, PhD Management in Science, Associate Professor (University of Paris 13 – CEPN, France).

Editorial council:

**V. I. Truba** (*Editorial Board*), **S. M. Andriievskiy**, **V. V. Hliebov**, **L. M. Holubenko**, **L. M. Dunaieva**, **V. V. Zamorov**, **O. V. Zaporozhchenko**, **O. A. Ivanova**, **V. Ye. Kruhlov**, **V. H. Kushnir**, **V. V. Menchuk**, **M. O. Podrezova**, **N. M. Kriuchkova**, **L. M. Tokarchuk**, **M. I. Nikolaieva**, **V. V. Yavorska**, **N. V. Kondratenko**.

Editorial board of the Series “Economics”:

**O. V. Horniak**, **I. A. Lomachynska**, **L. M. Aleksieienko**, **N. I. Hrazhevskya**, **O. I. Kotykova**, **E. A. Kuznietsov**, **Ye. I. Maslennikov**, **V. M. Melnyk**, **I. M. Nienno**, **O. V. Poberezhets**, **A. O. Starostina**, **S. O. Yakubovskiy**, **Du Chunbu**, **Oleg Curbatov**.

Внесено до Державного Реєстру суб'єктів у сфері медіа  
(Рішення № 429 Протоколу № 7 Засідання Національної ради України  
з питань телебачення і радіомовлення від 22 лютого 2024 р.)

Науковий вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.  
Серія «Економіка» включено до переліку наукових фахових видань України  
в галузі економічних наук (категорія «Б»)  
на підставі Наказу МОН України від 17 березня 2020 року № 409 (Додаток 1)

**Галузь науки:** економічні.

**Спеціальності:** 051 – Економіка; 071 – Облік і оподаткування;  
072 – Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок;  
073 – Менеджмент; 075 – Маркетинг; 076 – Підприємництво та торгівля;  
292 – Міжнародні економічні відносини

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази  
**Index Copernicus**

Затверджено до друку та поширення через мережу Інтернет  
відповідно до рішення вченої ради Одеського національного університету імені І.І. Мечникова  
(протокол від 25 вересня 2024 року № 3)

ISSN (print): 2304-0920  
ISSN (online): 2664-696X

© Одеський національний університет  
імені І. І. Мечникова, 2024

## ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1  
ЕКОНОМІКА

Кушнеренко С. М., Горідько Р. В., Ільїна О. А.  
ESG-АСПЕКТИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНФОРМАЦІЙНО-ЦИФРОВІЙ ІНДУСТРІЇ.....6

Nanavon Anton, Blyzniuk Maksym  
REGULATION OF CRYPTOCURRENCIES IN THE EU AND UKRAINE:  
CHALLENGES AND PROSPECTS.....12

РОЗДІЛ 2  
ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Позняковська Н. М.  
ОБ'ЄКТИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ІНСТИТУТІВ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА.....18

РОЗДІЛ 3  
ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА,  
СТРАХУВАННЯ ТА ФОНДОВИЙ РИНОК

Григораш О. В., Волошин І. А.  
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ FINTECH В УКРАЇНІ ТА СВІТІ У 2024 РОЦІ.....23

Шудюк Б. С., Петрушка О. В.  
КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРІОРИТЕТІВ  
ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ.....29

РОЗДІЛ 4  
МЕНЕДЖМЕНТ

Бачук О. Р.  
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ В СИСТЕМІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....36

Biloblovskiy Sviatoslav  
DATA MANAGEMENT AND THE CONCEPT OF BIG DATA IN SUSTAINABILITY REPORTING.....42

Печко В. С.  
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИНОГРАДАРСЬКО-ВИНОРОБНОГО КОМПЛЕКСУ  
ЯК СКЛАДОВОЇ АПК УКРАЇНИ.....49

РОЗДІЛ 5  
МАРКЕТИНГ

Bahorka Mariia, Kvasova Liudmila, Datsenko Yuliya  
METHODOLOGICAL TOOLKIT IN THE FORMATION, ANALYSIS AND IMPLEMENTATION  
OF MARKETING STRATEGY IN AGRICULTURAL PRODUCTION.....54

Лісун Я. В.  
ОЦІНКА ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК КАНАЛУ КОМУНІКАЦІЙ  
У СФЕРІ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ДОСВІД УКРАЇНИ ТА СВІТУ.....61

РОЗДІЛ 6  
ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ТОРГІВЛЯ

Горняк О. В., Перелі О. Б.  
ПІДПРИЄМНИЦТВО В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ: ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ В УМОВАХ  
СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ.....69

## CONTENTS

### SECTION 1 ECONOMY

- Kushnerenko Serhii, Horidko Ruslana, Iliina Oksana**  
ESG-ASPECTS OF INVESTMENT ACTIVITY IN THE INFORMATION AND DIGITAL INDUSTRY.....6
- Nanavov Anton, Blyzniuk Maksym**  
REGULATION OF CRYPTOCURRENCIES IN THE EU AND UKRAINE:  
CHALLENGES AND PROSPECTS.....12

### SECTION 2 ACCOUNTING AND TAXATION

- Pozniakovska Nataliia**  
ACCOUNTING OBJECTS OF CIVIL SOCIETY INSTITUTIONS.....18

### SECTION 3 FINANCE, BANKING, INSURANCE AND STOCK MARKET

- Hryhorash Olha, Voloshyn Ihor**  
PROSPECTS FOR FINTECH DEVELOPMENT IN UKRAINE AND IN THE WORLD IN 2024.....23
- Shuliuk Bohdana, Petrushka Olena**  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONTEXT OF IMPLEMENTING  
THE PRIORITIES OF THE STATE FINANCIAL POLICY.....29

### SECTION 4 MANAGEMENT

- Bachuk Oleksii**  
DIGITAL TRANSFORMATION IN THE HEALTH CARE SYSTEM.....36
- Biloblovskyi Sviatoslav**  
DATA MANAGEMENT AND THE CONCEPT OF BIG DATA IN SUSTAINABILITY REPORTING.....42
- Pechko Volodymyr**  
TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE VITICULTURE AND WINE INDUSTRY  
AS A COMPONENT OF THE UKRAINIAN AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX.....49

### SECTION 5 MARKETING

- Bahorka Mariia, Kvasova Liudmila, Datsenko Yulija**  
METHODOLOGICAL TOOLKIT IN THE FORMATION, ANALYSIS AND IMPLEMENTATION  
OF MARKETING STRATEGY IN AGRICULTURAL PRODUCTION.....54
- Lisun Yanina**  
ASSESSMENT OF THE SOCIAL NETWORKS USE AS A COMMUNICATION CHANNEL  
IN THE SPHERE OF HIGHER EDUCATION: EXPERIENCE OF UKRAINE AND THE WORLD.....61

### SECTION 6 ENTREPRENEURSHIP AND TRADE

- Gorniak Olga, Pereli Oleksander**  
ENTREPRENEURSHIP IN THE AGRICULTURAL SECTOR: DOMESTIC REALITIES  
IN THE CONDITIONS OF MODERN CHALLENGES AND INTERNATIONAL EXPERIENCE  
OF STATE SUPPORT.....69

## РОЗДІЛ 1 ЕКОНОМІКА

УДК 330.322:330.342

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-101-1>**Кушнеренко С. М.**Навчально-науковий інститут управління, економіки та бізнесу  
Приватного акціонерного товариства "Вищий навчальний заклад  
"Міжрегіональна Академія управління персоналом"ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7332-292X>**Горідько Р. В.**

Національний авіаційний університет

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1918-9766>**Ільїна О. А.**

Навчально-науковий інститут психології та соціальних наук

Приватного акціонерного товариства "Вищий навчальний заклад  
"Міжрегіональна Академія управління персоналом"ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-4800-4553>

### ESG-АСПЕКТИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНФОРМАЦІЙНО-ЦИФРОВІЙ ІНДУСТРІЇ

Стаття присвячена актуальній проблемі обґрунтуванню теоретичних основ і розробці практичних рекомендацій щодо ESG-аспектів інвестиційної діяльності в інформаційно-цифровій індустрії. Розкрито фактори стійких інвестицій: політизація ESG, вплив на ризик і прибутковість, попит інвесторів, вплив на корпоративну поведінку, збереження позитивного іміджу. Представлено 10 найкращих компаній ESG за рейтингом 2024 року та дана характеристика напрямів діяльності в сфері ESG. Обґрунтовано основні переваги інтеграції ESG і цифрової трансформації: покращена відповідність щодо вимог ESG, зниження негативного впливу на навколишнє середовище, можливості для розширеного прийняття рішень на основі даних, підвищення інвестиційної привабливості компаній, позитивний соціальний вплив. Розкрито цифрові технології застосовувані в практиці ESG-інвестування: штучний інтелект (AI) і машинне навчання (ML); хмарні технології; Інтернет речей (IoT); роботизована автоматизація процесів (RPA); комп'ютерне бачення (CV); блокчейн.

**Ключові слова:** критерії ESG, ESG-інвестиції, стійких інвестиції, цифрова трансформація, цифрові технології.

**Постановка проблеми.** Фактори навколишнього середовища, соціальної сфери та управління (ESG) стали основою сучасної бізнес-стратегії. Бізнес, який претендує на високу ESG-оцінку, має відповідати стандартам розвитку у трьох категоріях: соціальній, управлінській та екологічній. Інвестори, споживачі та регулюючі органи все більше виступають за підзвітність і прозорість щодо цих важливих аспектів. Щоб відповідати цим зростаючим очікуванням, необхідна надійна звітність ESG, а цифрова трансформація стає потужним союзником у цьому. Наразі ESG і цифрова трансформація взаємно доповнюють один одного, сприяючи успіху одного. Цифрові інструменти та технології дають можливість компаніям мінімізувати вплив на навколишнє середовище, підвищити безпеку даних і сприяти залученню зацікавлених сторін. І навпаки, організації повинні узгодити свої стратегії цифрової трансформації з пріоритетами ESG, гарантуючи, що прийняті інструменти та політика підтримують принципи та цілі обох ініціатив.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Сталі розвиток у контексті цифрової економіки є ключовою темою дослідження, що викликає занепокоєння щодо екологічного стану та сталого розвитку та привертає увагу багатьох зарубіжних вітчизняних науковців таких, як: Х. Педерсен, Ш. Фітцґібонс, Л. Поморські [1], К. Хуан, Дж. Фанг, Х. Сюе, Х. Гао [2], І. Макаренко [3], М. Кіржецька, Ю. Кіржецький [4], О. Вовченко [5], А. Ткаченко М., Е. Колесник [6] тощо. Ними

визначено емпіричну межу ефективності ESG і розкрито ризики та переваги відповідального інвестування [1]; досліджено вплив цифрових інновацій на продуктивність ESG та механізми впливу [2]; розглянуто концепцію інтегрованого управління стійкістю компаній у зв'язку із екологічним, соціальним і корпоративним управлінням (ESG) [3]; виявлено взаємозв'язок між інтегральним індексом ESG та фінансовими показниками підприємства на основі емпіричного дослідження вибірки відкритих даних 56 підприємств України [4]; визначено напрями впровадження ESG-стратегії в бізнес-моделі комерційних банків з урахуванням екологічних, соціальних та управлінських ризиків, поглиблених сучасними кризовими явищами [5]; розкрито дієві заходи з формування регуляторного середовища ESG-інвестування, запровадження якого у вітчизняній практиці дозволить приймати ефективні та оптимальні управлінські рішення щодо збереження позицій вітчизняних металургійних підприємств у ТОП-10 країн-лідерів з виробництва металопродукції [6].

Однак ESG-аспекти інвестиційної діяльності в інформаційно-цифровій індустрії, недостатньо розкрито.

**Метою** даного дослідження є обґрунтування теоретичних основ і розробка практичних рекомендацій щодо ESG-аспектів інвестиційної діяльності в інформаційно-цифровій індустрії. В статті використано сучасні методи наукових досліджень, зокрема: узагальнення, статистичного спостереження, контент-аналіз.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасному вигляді ESG-принципи вперше сформулював колишній генеральний секретар ООН Кофі Аннан. Він запропонував управлінцям великих світових компаній включити ці принципи до своїх стратегій, насамперед для боротьби зі зміною клімату.

Абревіатура ESG розшифровується як: (E – environment) відповідальне ставлення до довкілля; (S – social) висока соціальна відповідальність; (G – governance) висока якість корпоративного управління. Ці три критерії призначені для того, щоб компанії працювали стабільно та несли відповідальність за свої дії, що відповідає інтересам акціонерів та потенційних інвесторів. Критерії ESG є фундаментальною основою для оцінки стійкості та впливу організації на суспільство. Навколишнє середовище (E) охоплює вплив компанії на фактори навколишнього середовища, такі як зміна клімату, водні та морські ресурси, біорізноманіття, управління відходами та циркулярна економіка. Звіт CDP за 2023 рік показав, що понад 80% найбільших компаній світу за ринковою капіталізацією зараз звітують про свій вплив на навколишнє середовище [7]. Соціальний компонент (S) зосереджується на впливі компанії на її робочу силу, працівників ланцюга створення вартості, постраждалих громади, споживачів і кінцевих користувачів. Згідно зі звітом JUST Capital за 2022 рік, 77% американських інвесторів враховують соціальний вплив компанії, приймаючи інвестиційні рішення. Управління (G) – цей аспект вивчає лідерство компанії, ділову етику, винагороду керівників, механізми внутрішнього контролю, права акціонерів, відносини з зацікавленими сторонами та управління брендом. У звіті PwC за 2023 рік зазначено, що 60% генеральних директорів вважають, що ефективні практики управління ESG безпосередньо сприяють покращенню фінансових показників [8].

В останні роки тренд на відповідальність та екологічність поширився й на сферу інвестицій. Екологія, соціальна політика та корпоративне управління (ESG) – це основна концепція сталого розвитку, яка зосереджується не на фінансових показниках, а на координації екологічних, соціальних та управлінських критеріїв та є важливим показником сталого розвитку. Оскільки концепція ESG була вперше представлена Глобальним договором ООН у 2004 році, все більше інвесторів та установ звертають увагу на розкриття інформації про інвестиції ESG, включаючи ESG в аналіз інвестиційних рішень.

Інвестиції в екологічні, соціальні та управлінські аспекти (ESG) використовуються для перевірки фінансування на основі корпоративної політики та заохочення компаній діяти відповідально. Отже, фактори ESG є важливою складовою прийняття інвестиційних рішень. Щоб оцінити компанію на основі критеріїв ESG, інвестори розглядають широкий спектр поведінки та політики. Інвестори ESG прагнуть переконатися, що компанії, які вони фінансують, є відповідальними опікунами навколишнього середовища, добросовісними корпоративними громадянами та керуються відповідальними менеджерами на основі таких критеріїв, як:

**Екологічні.** Інвестори оцінюють корпоративну кліматичну політику, використання енергії, відходи, забруднення, збереження природних ресурсів і поводження з тваринами. Серед міркувань можуть бути прямі та непрямі викиди парникових газів, утилізація токсичних відходів і дотримання екологічних норм.

**Соціальні.** Оцінюються відносини компанії з внутрішніми та зовнішніми зацікавленими сторонами: фінансова допомога компанії місцевій громаді; волонтерська діяльність працівників; створення безпечних умов на робочому місці для здоров'я та безпеки працівників.

**Управління** гарантує, що компанія використовує точні та прозорі методи бухгалтерського обліку, дотримується чесності та різноманітності у виборі свого керівництва та несе відповідальність перед акціонерами. Інвестори ESG можуть вимагати гарантій того, що компанії уникають конфлікту інтересів під час вибору членів правління та керівників вищої ланки, не використовують політичні внески для отримання преференційного режиму чи участі в незаконних діях.

Інвестори ESG допомагають великим інституційним інвесторам, таким як державні пенсійні фонди, інформувати вибір інвестицій. Пайові фонди ESG та ETF досягли рекордної суми в 480 мільярдів доларів у 2023 році. Брокерські компанії та компанії взаємних фондів пропонують біржові фонди (ETF) та інші фінансові продукти, які відповідають стратегіям інвестування ESG. Рабо-консультанти, зокрема Betterment і Wealthfront, рекламували ці пропозиції на тему ESG для молодих інвесторів [9].

За даними Bloomberg Intelligence, розмір глобальних активів ESG зріс з 22,8 трлн доларів США у 2016 році до 37,8 трлн доларів США у 2021 році [10].

Провідним фондом ESG у Європі на кінець 2023 року був iShares MSCI USA ESG Enhanced ETF із чистим надходженням близько 1,29 мільярда доларів США. Наступними двома фондами ESG із найбільшими надходженнями були Amundi MSCI World ESG Climate Net Zero Ambition CTB ETF і Credit Suisse Equity Switzerland Total Market ESG Blue, причому останній був запущений менше року тому [11].

Зростання стійких інвестицій обумовлюється декількома факторами: політизація ESG, вплив на ризик і прибутковість, попит інвесторів, вплив на корпоративну поведінку, а також збереження позитивного іміджу та впізнаваності бренду тощо. Основна причина, через яку сьогодні інвестори та компанії не беруть участі в ESG, пов'язана з такими факторами, як брак знань, відсутність порівнянності даних ESG у різних емітентів або нормативні чи правові обмеження [8].

Цифрова трансформація та ESG є двома важливими та пріоритетними трендами останні роки. Якщо цифрова трансформація зосереджена на застосуванні інноваційних технологій на всьому ланцюжку створення вартості для отримання швидших, більш ефективних і бажаних бізнес-результатів, то ESG спрямована на створення бізнесом більшої цінності щодо екологічного, соціального та управлінського аспектів для зацікавлених сторін. Ці дві цілі є взаємопов'язаними в сучасній економіці. Цифрові технології є ключовим компонентом стратегії ESG. Інтеграція цифрових технологій оптимізує реалізацію цілей та ініціатив ESG. Інвестиції ESG зосереджені на компаніях, які дотримуються позитивних екологічних, соціальних принципів і принципів управління. Інвестори все більше прагнуть узгодити свої портфелі з компаніями, пов'язаними з ESG, і фондами, що робить їх сферою зростання з позитивним впливом на суспільство та навколишнє середовище.

У таблиці 1 представлено 10 найкращих компаній ESG за рейтингом 2024 року.

Таблиця 1

## Топ-10 ESG-компаній за рейтингом 2024 року

Компанії, що працюють в сфері ESG	Напрями діяльності
American Water Works – найбільший у світі торговець з водопостачання та водовідведення	Забезпечує споживачів безпечною, чистою та недорогою водою та займається очищенням стічних вод
Microsoft – розробник Windows, серверного програмного забезпечення та обладнання	Компанія досягла операційної вуглецевої нейтральності та гарантує вуглецеву нейтральність по своєму ланцюжку створення вартості протягом наступного десятиліття; інвестує в цифровізацію – хмарні обчислення, машинне навчання та штучний інтелект
Kering – французька транснаціональна корпорація, що спеціалізується на предметах розкоші	Екологічність лежить в основі стратегії Kering так само, як і її творче та сучасне бачення розкоші.
Nvidia – одна з найбільших у світі ESG-компаній, що виробляють напівпровідникові чіпи	Компанія повністю дотримується процесу забезпечення відповідального використання корисних копалин та взяла на себе зобов'язання збільшити використання відновлюваних джерел енергії до 65% до 2025 року
Neste – світовий лідер у галузі сталого розвитку	Виробляє екологічно чисте дизельне паливо, екологічне авіаційне паливо, займається повторним використанням хімікатів, утилізацією пластикових відходів та переробкою сировини на екологічно чисте паливо
Cisco Systems – світовий лідер у розробці та виробництві мережевого обладнання, програмного забезпечення та телекомунікаційного обладнання	Весь ланцюжок створення вартості є енергоефективним і стійким: від видобутку корисних копалин до розробки та виробництва предметів, використання електроенергії та підтримки справедливого найму та безпеки даних. 80% операційної електроенергії є екологічно чистою
Schneider Electric – європейський гігант енергетики та автоматизації	Вважається найстійкішою компанією у світі, основою їхньої стратегії є розвиток сталого бізнесу та організації
McCormick & Compañy – світовий лідер у виробництві, маркетингу та розповсюдженні приправ	Це – успішна продовольча фірма, її ланцюжок створення вартості є міжнародним за своїм масштабом та співпрацює з такими організаціями, як Всесвітній фонд дикої природи (WWF), Альянс тропічних лісів та Ініціатива сталої торгівлі тощо
Stantec – одна з найбільш екологічно відповідальних компаній у світі.	Компанія є світовим лідером у сфері сталого проектування, архітектури та екологічного консалтингу.
Hewlett-Packard – одна з провідних у світі ESG-компаній, виробником ІТ-обладнання та послуг: комп'ютери, ноутбуки, принтери, сканери та камери	Продукцією компанії є. Компанія відома у світі переробкою витратних матеріалів для друку, а також очищенням понад 1,5 мільйонів фунтів пластику зі світового океану.

Джерело: побудовано автором на основі [12]

Цифрова трансформація стала важливою внутрішньою рушійною силою підприємств для покращення ефективності ESG. Для тих компаній, які прагнуть створити більш стійкі бізнес-моделі, впровадження технічних рішень означає не лише покращення бізнес-операцій. Давайте розглянемо п'ять загальноприйнятих переваг, яких компанії досягають, коли їхня стратегія цифрової трансформації охоплює продуктивність і стійкість. Завдяки широкому застосуванню цифрових технологій підприємства можуть реалізувати інтелектуальне управління виробництвом із інтенсивним об'ємом даних і посилити внутрішній контроль.

Однак наразі підприємства все ще стикаються із сильним опором у процесі вдосконалення практик ESG, таких як відсутність зовнішніх стимулів і внутрішнього стимулу для вдосконалення ESG та відсутність спроможності застосовувати практики ESG. З одного боку, корпоративна екологічна та соціальна відповідальність часто суперечить традиційній меті максимізації прибутку, а процес покращення показників ESG часто вимагає великих витрат, таким чином значно знижуючи внутрішню мотивацію підприємств; з іншого боку, існує загальна асиметрія інформації між інвесторами та підприємствами, зокрема, неадекватне розкриття фінансової інформації та інформації ESG, а регуляторні органи стикаються з багатьма труднощами в отриманні даних ESG, з іншого, існує загальна інформаційна асиметрія між інвесторами та підприємствами, особливо відсутність розкриття фінансової інформації та інформації ESG підприємствами, і регуляторам потрібна допомога в отриманні даних ESG від підприємств, що також перешкоджає розвитку ESG.

Є ряд прикладів того, як цифрові технології можуть бути застосовані для підтримки екологічних проблем, включаючи використання робототехніки, Інтернету речей (IoT) і дронів для підвищення ефективності, зменшення відходів і забезпечення менш вуглецевих засобів управління навколишнім середовищем. Всесвітній економічний форум (ВЕФ) у Давосі 2022 розкрив ряд способів, як цифрові технології перетворюють захист навколишнього середовища в усьому світі – від використання технології блокчейн для боротьби з незаконним виловом риби та революції в наших системах сертифікації та відстеження до використання штучних розвідка, щоб допомогти захистити зникаючі види. WEF вважає, що цифрові технології мають потенціал скоротити глобальні викиди в трьох секторах з найбільшим викидом на 20% до 2050 року [13].

Але цифрові технології можуть бути настільки ж ефективними на організаційному рівні. Корпоративне використання цифрових технологій, яке визначається як використання електронних інструментів, пристроїв, систем і ресурсів, які генерують, зберігають або обробляють дані, має величезний потенціал для стимулювання стратегії ESG та реалізації організації. Ось чому з точки зору бізнесу ESG і цифрові технології можна розглядати як дві сторони однієї медалі. Цифрова технологія має бути абсолютно центральною на шляху організації до ESG, від стратегії до трансформації.

Найявні ряд переваг інтеграції ESG і цифрової трансформації, які охоплюють не лише покращення фінансових показників компанії:

1. Покращена відповідність щодо вимог ESG: цифрові інструменти автоматизують збір і обробку



даних, дозволяючи компаніям ефективно складати звіти, які відповідають змінним вимогам звітності ESG. Це сприяє дотриманню таких нормативних актів, як CSRD, який передбачає надання більш повної звітності про фактори, пов'язані зі стійкістю.

2. Зниження негативного впливу на навколишнє середовище: цифрові рішення, такі як розумні електромережі та платформи управління ресурсами на основі штучного інтелекту, дозволяють підприємствам оптимізувати використання енергії та ресурсів. Згідно зі звітом McKinsey, цифрові технології можуть допомогти підприємствам скоротити викиди парникових газів до 30%.

3. Можливості для розширеного прийняття рішень на основі даних: цифрова трансформація допомагає збирати й аналізувати величезні обсяги даних ESG. Підприємства можуть використовувати ці дані для визначення областей для вдосконалення та прийняття рішень на основі даних, які сприятимуть сталому розвитку.

4. Підвищення інвестиційної привабливості компаній: інвестори все більше віддають пріоритет компаніям із надійною практикою ESG. Висока ефективність ESG у поєднанні з прозорою звітністю за допомогою цифрових інструментів може підвищити репутацію компанії та залучити цінні інвестиції.

5. Позитивний соціальний вплив: цифрові рішення можуть сприяти соціальній відповідальності, сприяючи прозорості та сприяючи спілкуванню із зацікавленими сторонами. Крім того, вони можуть розширити можливості співробітників за допомогою платформ навчання та розвитку, які сприяють екологічним практикам [12; 13].

На рисунку 1 представлено п'ять основних переваг цифрової трансформації для ініціатив ESG.

Для отримання переваг та забезпечення цифрової трансформації всього бізнесу для практики ESG доцільні такі цифрові технології [12]:

1. Штучний інтелект (AI) і машинне навчання (ML) допомагають підприємствам ефективно збирати, аналізувати та повідомляти дані ESG, сприяючи прийняттю обґрунтованих рішень і відповідаючи очікуванням зацікавлених сторін. Є багато варіантів використання AI/ML, які сприяють цифровій трансформації та ESG, наприклад: автоматизація збору та обробки даних; оцінка кліматичного ризику; екологічно чистий дизайн продукту; навчальні курси ESG; система ESG на основі чат-бота для оцінки ефективності ESG компаній; аналіз шаблонів машин, людської поведінки та ресурсів, щоб визначити, де ресурси можна використовувати ефективніше; автоматизовані платформи оцінки ESG; ідентифікація тенденції; перевірка даних ESG для подальших аудитів; автоматизація бізнес-процесів для зменшення використання ресурсів; «зелене інвестування».

2. Хмарні технології. Перехід від локального до хмарного або гібридного середовища допомагає компаніям ефективніше використовувати свою інфраструктуру, зменшити робоче навантаження технічної команди та краще керувати незадіяними ресурсами. Хмарні технології корисні для таких екологічних практик і заходів, таких як: налаштування та управління розумною електромережею; оптимізація ресурсів; аналіз даних у реальному часі, візуалізація та звітність за допомогою



Рис. 1. Переваги цифрової трансформації для ініціатив ESG

Джерело: розроблено на основі [12; 13]

хмарного SaaS; демократизований доступ до засобів вимірювання ESG; покращена інтеграція та децентралізоване управління; управління незадіяними ресурсами та послугами в промислових і приватних умовах.

3. Інтернет речей (IoT) дозволяє компаніям покращити підключення своїх пристроїв і систем у всьому ланцюжку створення вартості. IoT має вирішальне значення для збору та обробки даних із сенсорних пристроїв для вимірювання викидів ПГ, споживання води та енергії. Він також використовується для таких видів діяльності: екологічний моніторинг та прогноз погоди; відстеження та видимість ланцюга поставок; поводження з відходами; здоров'я та безпека працівників; збір даних; відстеження життєвого циклу продукту.

4. Роботизована автоматизація процесів (RPA) має важливе значення для зменшення ручної праці на об'єктах, автоматизації процесів маршрутизації та покращення збору даних. RPA може покращити ефективність компанії щодо таких видів діяльності, як: агрегація, компіляція та обробка даних; перевірка та очищення даних; поводження з відходами; оцифровка процесів; зменшення використання паперу; оптимізація підтримки клієнтів; зниження навантаження.

5. Комп'ютерне бачення (CV) передбачає обробку зображень, отриманих із пристроїв на основі камер, таких як камери відеоспостереження та сканери. Завдяки інтегрованому CV компанія може покращити управління ризиками, розширити можливості звітності за допомогою додавання візуальної інформації та автоматизувати моніторинг об'єктів.

Застосування рішень на основі CV для цілей ESG допоможе підприємствам покращити умови праці для своїх співробітників, контролювати безпеку та навколишнє середовище на об'єкті та отримати доступ до візуальних даних для звітів ESG. Це також може покращити роботу компанії.

6. Блокчейн допомагає компаніям, які відповідають вимогам CSRD, покращити прозорість і відстежуваність викидів ПГ. Використовуючи смарт-контракти, компанії можуть у режимі реального часу відстежувати скорочення викидів вуглекислого газу по всьому ланцюжку створення вартості та відстежувати свій прогрес у досягненні цілей Net-Zero.

Використовуючи блокчейн, організації можуть підвищити видимість, відстежуваність і відповідальність своїх ініціатив ESG і цифрової трансформації. Вони також можуть запобігти «зеленому» (оманливому маркетингу, щоб зробити свою продукцію екологічно чистою) і «блакитному» (оманливому маркетингу, який перебільшує прихильність компанії до відповідальних соціальних практик) [12].

**Висновки з проведеного дослідження.** Цифрова трансформація сприяє підприємствам щодо виконання вимог для ESG-інвестування. Інструменти для збору та цифрової обробки даних дозволяють компанії звітувати про необхідні показники. Отже, компанія може спостерігати свій внесок у стале майбутнє, передбачене Зеленою угодою чи іншими програмами сталого розвитку. Вона допомагає зменшити негативний вплив на навколишнє середовище. Цифрові рішення забезпечують компаніям бачення їх впливу на навколишнє середовище. Ця інформація покращує підготовку бізнесу для створення стратегій зростання, сприятливих для ESG.

Конвергенція ESG і цифрової трансформації відкриває перспективу для бізнесу створити більш стійке майбутнє. Використовуючи цифрові інструменти та технології, компанії можуть покращити свою екологічну ефективність, посилити соціальну відповідальність і досягти більшої прозорості в управлінні. Це не тільки приносить користь навколишньому середовищу та суспільству, але й дає підприємствам можливість довгострокового успіху у світі, де все більше уваги приділяється стійкості.

#### Список використаних джерел:

1. Pedersen L.H., Fitzgibbons S., & Pomorski L. Responsible Investing: The ESG-efficient Frontier. *Journal of Financial Economics*. 2021. Vol. 142 (2). P. 572–597. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2020.11.001>
2. Huang Q., Fang J., Xue X., Gao H. Does digital innovation cause better ESG performance? an empirical test of A-listed firms in China. *Research in International Business and Finance*. 2023. Vol. 66. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2023.102049>
3. Макаренко І.О. Інкorporація ESG-критеріїв у діяльність компаній у контексті їх інвестиційного скринінгу. *Економіка, управління та адміністрування*. 2023. № 2 (104). С. 86–93. DOI: [https://doi.org/10.26642/ema-2023-2\(104\)-86-93](https://doi.org/10.26642/ema-2023-2(104)-86-93)
4. Кіржецька М., Кіржецький Ю. Актуальні аспекти сталого бізнесу за ESG стандартами в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління»*. 2022. № 6. С. 32–40. DOI: <https://doi.org/10.23939/semi2022.02.032>
5. Вовченко О.С. ESG-стратегія як основа управління ризиками сталого розвитку в банках. *Економіка та суспільство. Електронний журнал*. 2023. № 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-85>
6. Ткаченко А.М., Колесник Е.О. Інвестування за ESG-принципами як визначальний чинник впливу на конкурентоспроможність металургійних підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 4. С. 66–72.
7. State and trends of disclosure in 2023. CDP 2023 disclosure data factsheet URL: <https://www.cdp.net/en/companies/cdp-2023-disclosure-data-factsheet> (дата звернення: 29.05.2024).
8. ESG and Digital Transformation: A Symbiotic Journey Towards Sustainability – MAPL World. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/esg-digital-transformation-symbiotic-journey-towards-sustainability-fp09c> (дата звернення: 25.05.2024).
9. Environmental, social and governance (ESG). Unlock the power of ESG to transform your business and build a more sustainable future. URL: [https://kpmg.com/xx/en/home/insights/2021/12/kpmg-esg.html?cid=ggl-cpc\\_ggl\\_all\\_xx\\_2024\\_esgalwayson\\_global-esg&utm\\_](https://kpmg.com/xx/en/home/insights/2021/12/kpmg-esg.html?cid=ggl-cpc_ggl_all_xx_2024_esgalwayson_global-esg&utm_) (дата звернення: 29.05.2024).
10. Bloomberg Impact Report. Transforming the future. URL: <https://www.bloomberg.com/company/values/sustainability/> (дата звернення: 20.05.2024).
11. Environmental, social, and corporate governance (ESG) drivers impacting investment decisions worldwide in 2023, by region. Finance & Insurance. Financial Instruments & Investments. URL: <https://www.statista.com/statistics/1454565/esg-drivers-impacting-investment-decisions-worldwide/> (дата звернення: 09.06.2024).
12. Greenfield E.T op 10 ESG Companies Of 2024 by. mily. Sep 23, 2023 URL: <https://sigmaearth.com/top-10-esg-companies-of-2024/> (дата звернення: 20.05.2024).
13. Sykes O. Why digital technology is critical to ESG success. April 2023. URL: <https://www.pwc.com/m1/en/publications/driving-data-with-purpose.html> (дата звернення: 09.06.2024).
14. Stelmashchuk K. ESG and digital transformation: Key technologies to improve compliance. March 28, 2024. URL: <https://www.n-ix.com/esg-and-digital-transformation/> (дата звернення: 12.06.2024)

## References:

1. Pedersen L. H., Fitzgibbons S., & Pomorski L. (2021) Responsible Investing: The ESG-efficient Frontier. *Journal of Financial Economics*, vol. 142 (2), pp. 572–597. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2020.11.001>
2. Huang Q., Fang J., Xue X., Gao H. (2023) Does digital innovation cause better ESG performance? an empirical test of a-listed firms in China. *Research in International Business and Finance*. vol. 66. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2023.102049>
3. Makarenko I. O. (2023) Inkorporatsiia ESG-kryteriiv u diialnist kompanii u konteksti yikh investytsiinoho skryninhu. [Incorporation of ESG criteria into the activities of companies in the context of their investment screening]. *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, vol. 2 (104), pp. 86–93. DOI: [https://doi.org/10.26642/ema-2023-2\(104\)-86-93](https://doi.org/10.26642/ema-2023-2(104)-86-93)
4. Kirzhetska M., Kirzhetskyi Yu. (2022) Aktualna aspekty staloho biznesu za ESG standartamy v Ukraini. [Current aspects of sustainable business according to ESG standards in Ukraine]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». Serii «Problemy ekonomiky ta upravlinnia»*, vol. 6, pp. 32–40. DOI: <https://doi.org/10.23939/semi2022.02.032>
5. Vovchenko O. (2023) ESG-stratehiia yak osnova upravlinnia ryzykamy staloho rozvytku v bankakh. [ESG strategy as the basis of sustainable development risk management in banks]. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-85>
6. Tkachenko A. M., Kolesnyk E. O. (2021) Investuvannia za ESG-pryntsypamy iak vyznachal'nyy chynnyk vplyvu na konkurentospromozhnist' metalurhijnykh pidpriemstv. [Investing according to ESG principles as a determining factor influencing the competitiveness of metallurgical enterprises]. *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*, vol. 4, pp. 66–72.
7. State and trends of disclosure in 2023 (2024) CDP 2023 disclosure data factsheet. Available at: <https://www.cdp.net/en/companies/cdp-2023-disclosure-data-factsheet> (accessed May 29, 2024).
8. ESG and Digital Transformation: A Symbiotic Journey Towards Sustainability – MAPL World (2024). Available at: <https://www.linkedin.com/pulse/esg-digital-transformation-symbiotic-journey-towards-sustainability-fp09c> (accessed May 25, 2024).
9. Environmental, social and governance (ESG). Unlock the power of ESG to transform your business and build a more sustainable future (2024). Available at: [https://kpmg.com/xx/en/home/insights/2021/12/kpmg-esg.html?cid=ggl-cpc\\_ggl\\_all\\_xx\\_2024\\_esgalwayson\\_global-esg&utm\\_](https://kpmg.com/xx/en/home/insights/2021/12/kpmg-esg.html?cid=ggl-cpc_ggl_all_xx_2024_esgalwayson_global-esg&utm_) (accessed May 29, 2024).
10. Bloomberg Impact Report. Transforming the future (2024). Available at: <https://www.bloomberg.com/company/values/sustainability/> (accessed May 20, 2024).
11. Environmental, social, and corporate governance (ESG) drivers impacting investment decisions worldwide in 2023, by region. Finance & Insurance. Financial Instruments & Investments. (2024). Available at: <https://www.statista.com/statistics/1454565/esg-drivers-impacting-investment-decisions-worldwide/> (accessed June 9, 2024).
12. Greenfield E. (2023) Top 10 ESG Companies Of 2024 by. mily. Sep 23. Available at: <https://sigmaearth.com/top-10-esg-companies-of-2024/> (accessed May 20, 2024).
13. Sykes O. (April 2023) Why digital technology is critical to ESG success. Available at: <https://www.pwc.com/m1/en/publications/driving-data-with-purpose.html> (accessed June 9, 2024).
14. Stelmashchuk K. (March 28, 2024) ESG and digital transformation: Key technologies to improve compliance. Available at: <https://www.n-ix.com/esg-and-digital-transformation/> (accessed June 12, 2024).

### **Kushnerenko Serhii**

Educational Institute of Management, Economy and Finance  
Private Joint-Stock Company "Higher education institution  
"Interregional Academy of Personnel Management"

### **Horidko Ruslana**

National Aviation University

### **Ilina Oksana**

Educational-Scientific Institute of International Relations and Social Sciences  
Private Joint-Stock Company "Higher education institution  
"Interregional Academy of Personnel Management"

## ESG-ASPECTS OF INVESTMENT ACTIVITY IN THE INFORMATION AND DIGITAL INDUSTRY

### **Summary**

The article is devoted to the actual problem of substantiating the theoretical foundations and developing practical recommendations regarding ESG-aspects of investment activity in the information and digital industry. It was determined that ESG criteria are a fundamental basis for assessing the sustainability and impact of an organization on society and an important component of investment decision-making. The factors of sustainable investments are revealed: politicization of ESG, impact on risk and profitability, investor demand, impact on corporate behavior, as well as maintaining a positive image and brand recognition, etc. The article presents the top 10 ESG companies according to the 2024 rating: American Water Works, Microsoft, Kering, Nvidia, Neste, Cisco Systems, Schneider Electric, McCormick & Company, Stantec, Hewlett-Packard and provides a description of the areas of ESG activity. Five main benefits of ESG integration and digital transformation are substantiated: improved compliance with ESG requirements, reduction of negative environmental impact, opportunities for advanced decision-making based on data, increased investment attractiveness of companies, positive social impact. Digital technologies applied to ESG investment practices are revealed: artificial intelligence (AI) and machine learning (ML) help companies effectively collect, analyze and report ESG data; cloud technologies help companies use their infrastructure more efficiently, reduce the workload of the technical team and better manage idle resources; The Internet of Things (IoT) enables companies to improve the connectivity of their devices and systems throughout the value chain; robotic process automation (RPA) is essential for reducing manual labor in facilities, automating routing processes and improving data collection; computer vision (CV) involves the processing of images obtained from camera-based devices such as CCTV cameras and scanners; blockchain helps CSRD-compliant companies improve transparency and traceability of GHG emissions.

**Keywords:** ESG criteria, ESG-investments, sustainable investments, digital transformation, digital technologies.

UDC 339.944.2

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-101-2>**Nanavov Anton**

Taras Shevchenko National University of Kyiv

**Blyzniuk Maksym**

Educational and Scientific Institute of International Relations

Taras Shevchenko National University of Kyiv

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-4192-2551>**REGULATION OF CRYPTOCURRENCIES IN THE EU AND UKRAINE:  
CHALLENGES AND PROSPECTS****Summary**

In Ukraine, the regulation of cryptocurrencies is still in the formative stage. Over the past few years, significant steps have been taken toward legalizing the cryptocurrency market, including the adoption of the "On Virtual Assets" law, which has been a crucial step toward regulating this segment of the financial market. However, despite considerable progress, challenges remain. It is necessary to ensure the harmonization of national legislation with international standards, which is essential for Ukraine's integration into the global financial system and for attracting investment. The development of cryptocurrencies and financial technologies has a significant impact on traditional financial systems. They open up new opportunities for investors and businesses by reducing the costs of financial transactions and increasing access to financial services. However, these innovations also create new challenges related to security, fraud, and maintaining financial stability. The growing popularity of cryptocurrencies forces regulators to adapt their approaches and implement new control mechanisms. Regulating cryptocurrencies in the EU and Ukraine is a complex and multifaceted process that requires consideration of financial stability, security, and regulatory requirements. On the one hand, EU countries strive to create a unified legal framework for cryptocurrencies that will ensure transparency and reliability in the market. On the other hand, Ukraine is taking its first steps toward regulating this new financial instrument, focusing on integrating with international standards and adapting to new challenges associated with the development of financial technologies. However, to succeed in regulating the cryptocurrency market, a number of key issues need to be addressed. One of the most important aspects is ensuring the proper protection of consumer and investor rights. This includes the implementation of effective mechanisms to protect against fraud, illegal financial transactions, and abuses related to cryptocurrencies. Another important issue is the taxation of transactions involving virtual assets, which requires government agencies to develop clear rules and procedures.

**Keywords:** cryptocurrency regulation, EU, Ukraine, MiCA, financial stability.

**Statement of the problem.** To offer an in-depth examination of how the EU and Ukraine are approaching the regulation of cryptocurrencies, with a focus on the distinct obstacles they face and the potential strategies for effective governance in the rapidly evolving digital finance sector. Both the European Union (EU) and Ukraine are actively engaged in shaping their regulatory frameworks for cryptocurrencies and blockchain technologies, each navigating its unique set of challenges and opportunities. This article explores the current state of cryptocurrency regulation in the EU and Ukraine, analysing the key challenges both regions face and examining the prospects for future development.

The European Union has been proactive in examining and implementing regulatory measures for cryptocurrencies and blockchain technologies. The primary focus of the EU's regulatory efforts is to ensure financial stability while protecting consumers and preventing financial crimes. Over recent years, there has been a notable increase in interest towards digital assets, prompting the EU to address these developments with appropriate regulations.

A significant aspect of the EU's regulatory approach is the emphasis on consumer protection and anti-money laundering (AML) measures. The European Commission is dedicated to establishing high standards of security for cryptocurrency providers, including exchange platforms and digital wallets. These regulations are designed to mitigate the risks associated with using cryptocurrencies for illicit activities, such as terrorism financing and money laundering.

Additionally, the EU is working towards creating a unified regulatory framework for cryptocurrencies.

The goal is to harmonise regulations across member states to avoid discrepancies that could lead to regulatory arbitrage and legal uncertainty. By establishing a consistent set of rules, the EU aims to provide a level playing field for businesses and consumers, fostering a more integrated and stable internal market for digital assets.

Moreover, the EU's approach also supports innovation in financial technologies by promoting the development of blockchain technologies and digital currencies. This forward-looking stance is intended to open up new opportunities for businesses and enhance financial inclusion across the region.

Despite these efforts, the EU faces several challenges. One major issue is the complexity of coordinating regulatory approaches among its member states. Diverse regulatory practices can create inconsistencies and legal hurdles, hindering the seamless operation of cryptocurrency businesses across the EU. Addressing these challenges requires continued efforts to achieve a cohesive regulatory policy that balances innovation with necessary oversight. In contrast to the EU's approach, Ukraine has adopted a more liberal stance towards cryptocurrency regulation. The Ukrainian government and the National Bank of Ukraine (NBU) are focused on creating a regulatory environment that encourages investment in digital assets and fosters the development of financial technologies.

Ukraine's regulatory framework is characterised by its openness to cryptocurrency innovation. The country has implemented measures to simplify the registration and operation of cryptocurrency businesses, aiming to create a supportive environment for the growth of digital financial technologies. This

approach is designed to attract both domestic and international investments in the cryptocurrency sector. The NBU has also emphasised the importance of protecting investors and ensuring the security of financial transactions involving digital assets. Despite this focus, Ukraine faces significant challenges, including regulatory uncertainty and the need for further development of its regulatory infrastructure. The current regulatory environment can be unpredictable, potentially posing risks for investors and hindering the stable growth of the cryptocurrency market.

Efforts are being made to enhance transparency and stability within the Ukrainian regulatory framework. However, there is a need for more comprehensive and consistent regulations to fully support the development of the cryptocurrency sector and address potential risks associated with digital assets. Both the European Union and Ukraine are at a crossroads in their journey towards effective cryptocurrency regulation. The prospects for development in these regions hinge on their ability to refine regulatory frameworks, foster international collaboration, and promote innovation in financial technologies.

In the EU, the establishment of a unified regulatory framework could resolve existing discrepancies and support a more integrated digital asset market. This would provide a stable environment conducive to investment and innovation. The EU's ongoing efforts to balance regulation with support for technological advancement are crucial for achieving long-term stability and growth in the cryptocurrency sector. For Ukraine, the focus on creating a favourable regulatory environment presents significant opportunities for growth. By addressing regulatory uncertainties and enhancing the stability of its regulatory framework, Ukraine can further solidify its position as a hub for cryptocurrency innovation and investment.

#### **Analysis of recent research and publications.**

Recent research and publications on the regulation of cryptocurrencies in the European Union (EU) and Ukraine provide valuable insights into the evolving landscape of digital assets. This analysis highlights the key findings from these sources, focusing on the challenges and prospects associated with cryptocurrency regulation in these regions [1].

##### **1. Overview of EU Cryptocurrency Regulation**

Recent studies and reports have examined the EU's approach to cryptocurrency regulation, which has been shaped by the need to balance innovation with financial stability and consumer protection.

– **Unified Regulatory Framework:** The EU has made significant strides towards creating a unified regulatory framework for cryptocurrencies. Publications such as the European Commission's proposals for the Markets in Crypto-Assets Regulation (MiCA) reflect efforts to establish a comprehensive regulatory environment. MiCA aims to provide clarity and consistency across member states, addressing issues related to market integrity, transparency, and investor protection.

– **Anti-Money Laundering (AML) and Counter-Terrorist Financing (CTF) Measures:** Recent research emphasises the importance of stringent AML and CTF measures in cryptocurrency regulation. The EU has introduced regulations requiring cryptocurrency exchanges and wallet providers to implement robust due diligence procedures to prevent illegal activities. Publications by organisations such as the European Banking Authority (EBA)

provide insights into how these measures are being enforced and their impact on the industry.

– **Technological Innovation and Financial Inclusion:** Research highlights the EU's commitment to fostering technological innovation and financial inclusion through its regulatory approach. The European Commission's Digital Finance Strategy outlines initiatives to support blockchain technology and digital finance, aiming to enhance the EU's position as a global hub for financial innovation [2, p. 109].

##### **2. Challenges Faced by the EU**

Despite the progress, the EU faces several challenges in regulating cryptocurrencies:

– **Regulatory Fragmentation:** One of the primary challenges is the potential for regulatory fragmentation among member states. Studies reveal concerns about varying national regulations creating obstacles for cross-border cryptocurrency activities. Publications on the EU's regulatory landscape stress the need for greater harmonisation to ensure a level playing field.

– **Technological Complexity:** The rapid evolution of cryptocurrency technologies poses a challenge for regulators. Research indicates that existing regulatory frameworks may struggle to keep pace with innovations such as decentralised finance (DeFi) and non-fungible tokens (NFTs). Publications on the EU's regulatory approach highlight the ongoing need for adaptive and forward-looking regulations [3, p. 112].

##### **3. Regulation of Cryptocurrencies in Ukraine**

Ukraine's approach to cryptocurrency regulation is characterised by a more liberal stance compared to the EU, reflecting the country's efforts to stimulate growth in the digital asset sector.

– **Legal Framework Development:** Recent publications report that Ukraine has been actively developing its legal framework for cryptocurrencies. The introduction of laws such as the "On Virtual Assets" law represents a significant step towards creating a regulated environment for digital assets. Research highlights the law's provisions for licensing cryptocurrency exchanges and establishing clear rules for the operation of digital asset businesses.

– **Investment Encouragement:** Studies show that Ukraine's regulatory approach is designed to attract investment in the cryptocurrency sector. Publications from the National Bank of Ukraine and other regulatory bodies outline measures to facilitate investment, including tax incentives and simplified registration processes for cryptocurrency businesses.

##### **4. Challenges Faced by Ukraine**

Ukraine's cryptocurrency regulation also faces notable challenges:

– **Regulatory Uncertainty:** Despite recent developments, there is still a degree of regulatory uncertainty in Ukraine. Research indicates that the lack of comprehensive regulations and clear guidelines may deter potential investors and create challenges for businesses operating in the cryptocurrency space. Publications suggest that further clarification and consistency are needed to build investor confidence [4, p. 84].

– **Infrastructure and Market Development:** Publications on Ukraine's cryptocurrency market highlight issues related to infrastructure and market development. The need for improved technological infrastructure and market maturity is identified as a challenge that must be addressed to support the growth of the cryptocurrency sector.

### 5. Prospects for Future Development

Both the EU and Ukraine are navigating complex regulatory landscapes, but there are promising prospects for the future:

- **Harmonization and Innovation:** The EU's ongoing efforts to harmonise regulations across member states and support innovation present opportunities for creating a more unified and effective regulatory framework. Research indicates that successful implementation of MiCA and other initiatives could position the EU as a leader in the global cryptocurrency market.

- **Growth and Investment in Ukraine:** Ukraine's focus on creating a favourable environment for cryptocurrency investment holds potential for significant growth in the sector. Publications suggest that continued regulatory development and infrastructure improvements could enhance Ukraine's attractiveness as a destination for digital asset businesses and investors. [5, p. 193] Recent research and publications underscore the importance of addressing regulatory challenges while capitalising on opportunities for growth and innovation in the cryptocurrency sector. Both the EU and Ukraine are making strides towards effective regulation, with the potential for positive impacts on financial stability, consumer protection, and market development.

**Objectives of the article.** The objective of this article is to conduct a comparative analysis of the regulatory frameworks governing cryptocurrencies in the European Union and Ukraine.

**Summary of the main material.** One of the primary challenges in regulating cryptocurrencies is the lack of a unified legal framework. In the EU, member states have different approaches to cryptocurrency regulation, leading to a fragmented market. While the EU is working towards harmonising regulations, discrepancies still exist, causing confusion and uncertainty for businesses and consumers. In Ukraine, the situation is similarly complex. Although the Ukrainian government has shown interest in regulating cryptocurrencies, the legal framework is still in its nascent stages. The lack of comprehensive regulations makes it difficult for businesses to operate confidently and for investors to feel secure. Both the EU and Ukraine are grappling with AML and KYC compliance issues. Cryptocurrencies can be used for illicit activities due to their pseudonymous nature, posing a significant challenge for regulators. The EU has implemented stringent AML and KYC regulations through the Fifth Anti-Money Laundering Directive (5AMLD) and the upcoming Markets in Crypto-assets Regulation (MiCA). However, ensuring compliance across all member states is a daunting task [6, p. 90].

Ukraine has also introduced AML and KYC requirements, but enforcement remains a challenge. The country is working on aligning its regulations with international standards, but the implementation and monitoring of these regulations are still evolving.

Protecting consumers and ensuring market integrity are critical aspects of cryptocurrency regulation. The volatile nature of cryptocurrencies and the prevalence of scams and frauds pose significant risks to investors. In the EU, regulatory bodies like the European Securities and Markets Authority (ESMA) are actively working to protect consumers and maintain market integrity.

Ukraine faces similar challenges in safeguarding consumers. The government is focusing on educating the public about the risks associated with

cryptocurrencies and developing mechanisms to protect investors from fraudulent schemes.

The EU is moving towards harmonising cryptocurrency regulations across member states through the MiCA framework. This regulation aims to create a single market for crypto-assets, providing legal certainty and fostering innovation. The harmonisation of regulations will make it easier for businesses to operate across the EU and enhance consumer protection. Ukraine is also making progress in developing a comprehensive regulatory framework. The government is collaborating with international organisations and industry stakeholders to create regulations that promote innovation while ensuring security and compliance. Both the EU and Ukraine recognize the potential of cryptocurrencies and blockchain technology to drive economic growth and innovation. The EU is investing in blockchain research and development through initiatives like the European Blockchain Partnership (EBP). These efforts aim to position the EU as a global leader in blockchain technology [7, p. 71].

In Ukraine, the government is actively supporting blockchain startups and exploring the use of blockchain technology in various sectors, including finance, healthcare, and supply chain management. The development of a supportive regulatory environment will encourage innovation and attract investment.

International cooperation is crucial for effective cryptocurrency regulation. The EU is working closely with global organisations like the Financial Action Task Force (FATF) to develop international standards for cryptocurrency regulation. This cooperation ensures that EU regulations are aligned with global best practices and enhances the effectiveness of AML and KYC measures.

Ukraine is also engaging with international partners to strengthen its regulatory framework. Collaborating with organisations like the International Monetary Fund (IMF) and the World Bank will help Ukraine develop robust regulations and promote financial stability [8].

Regulating cryptocurrencies in the EU and Ukraine presents significant challenges, including the need for a unified legal framework, AML and KYC compliance, and consumer protection. However, there are also substantial prospects for growth and innovation. The harmonisation of regulations, fostering of innovation, and enhancement of international cooperation are key to navigating the complexities of cryptocurrency regulation. By addressing these challenges and leveraging the opportunities, the EU and Ukraine can create a secure and vibrant cryptocurrency ecosystem that benefits businesses, consumers, and the economy.

The EU has been at the forefront of cryptocurrency regulation, aiming to balance innovation with security and consumer protection. One of the key legislative measures in this area is the Fifth Anti-Money Laundering Directive (5AMLD), which was enacted in January 2020. This directive requires cryptocurrency exchanges and wallet providers to adhere to stricter Know Your Customer (KYC) and Anti-Money Laundering (AML) protocols. The implementation of 5AMLD has enhanced transparency and reduced anonymity in cryptocurrency transactions, aiding in the fight against financial crimes.

Another significant regulation is the Markets in Crypto-Assets (MiCA) Regulation, proposed in September 2020. MiCA aims to create a harmonised framework across the EU for the issuance and

Table 1

## Comparative Analysis: EU vs. Ukraine

Feature	EU	Ukraine
Regulatory Framework	Comprehensive (MiCA)	Developing
Consumer Protection	Strong emphasis	Emerging focus
AML/CTF	Strict regulations	Increasing attention
Innovation	Balanced approach	Encouraging innovation
Market Maturity	Mature market	Developing market

Source: compiled by the author [9]

trading of crypto-assets, including stablecoins and asset-referenced tokens. Once implemented, MiCA is expected to foster innovation by providing legal clarity and consumer protection, while also enhancing market integrity and financial stability.

The Digital Finance Package, launched in September 2020, includes legislative proposals and initiatives to create a more competitive and innovative digital finance sector. This package addresses the digital resilience of financial systems and promotes the development of digital finance, including cryptocurrencies [9].

A real-world example of the EU's regulatory impact is Binance's compliance with EU regulations. Binance, one of the world's largest cryptocurrency exchanges, faced regulatory scrutiny in multiple EU countries. In response, Binance enhanced its compliance measures, including stricter KYC procedures and improved transparency, demonstrating the effectiveness of the EU's regulatory approach.

Ukraine has taken significant steps towards establishing a clear regulatory framework for cryptocurrencies, aiming to position itself as a crypto-friendly nation. The Law on Virtual Assets, passed by the Ukrainian Parliament in September 2021, provides a legal definition for virtual assets and outlines the regulatory framework for their issuance and circulation. This law requires virtual asset service providers (VASPs) to register with the government and comply with AML and KYC regulations. The aim is to attract foreign investment and promote the growth of the cryptocurrency industry in Ukraine by providing legal clarity and investor protection.

The National Bank of Ukraine (NBU) has also been exploring digital currency initiatives. The NBU has launched pilot projects to assess the potential issuance of a central bank digital currency (CBDC), known as the e-hryvnia. The development of a CBDC could enhance financial inclusion and streamline payment systems, aligning with global trends in digital currency adoption.

A prominent example in Ukraine is the Kuna Exchange, a leading Ukrainian cryptocurrency exchange. Kuna has actively engaged with regulators to ensure compliance with the new legal framework. Kuna's proactive approach has positioned it as a leading platform in the Ukrainian crypto market, demonstrating the positive impact of clear regulations on business growth [10].

Despite progress, both the EU and Ukraine face several challenges in regulating cryptocurrencies. The rapid technological evolution of blockchain technology and cryptocurrency markets often outpaces regulatory frameworks, creating gaps and uncertainties. Regulators need to adopt flexible and

adaptive approaches to stay ahead of technological advancements.

The cross-border nature of cryptocurrencies complicates efforts to enforce regulations and prevent illicit activities. International cooperation and harmonisation of regulations are essential to address cross-border challenges effectively.

Balancing innovation and regulation is another complex task. Policymakers must strike the right balance between fostering innovation and ensuring consumer protection and financial stability. Engaging with industry stakeholders to create supportive regulations while addressing risks is crucial.

The future of cryptocurrency regulation in the EU and Ukraine looks promising, with several positive trends and prospects. Continued development and refinement of regulatory frameworks will provide greater legal certainty for businesses and investors. Clear regulations will attract more investment and promote the growth of the cryptocurrency industry.

Stricter AML and KYC requirements will enhance consumer protection and reduce the risk of fraud and financial crimes. Improved security and trust will drive mainstream adoption of cryptocurrencies.

Ongoing technological innovations, such as blockchain interoperability and scalability solutions, will address current limitations and expand the use cases for cryptocurrencies. These advancements will further integrate cryptocurrencies into the global financial system [11].

**Conclusions from the study.** Despite these advancements, several challenges persist. The rapid technological evolution of blockchain and cryptocurrency markets often outpaces regulatory frameworks, necessitating flexible and adaptive approaches. The cross-border nature of cryptocurrencies complicates regulatory enforcement and requires international cooperation. Balancing innovation with consumer protection and financial stability remains a complex task for policymakers [12].

Looking ahead, the prospects for cryptocurrency regulation in the EU and Ukraine are promising. Continued development and refinement of regulatory frameworks will provide greater legal certainty, attracting more investment and promoting industry growth. Stricter AML and KYC requirements will enhance consumer protection and reduce fraud risks, driving mainstream adoption. Technological advancements, such as blockchain interoperability and scalability solutions, will further integrate cryptocurrencies into the global financial system.

In summary, while challenges remain, the future of cryptocurrency regulation in the EU and Ukraine is bright, paving the way for a more robust and innovative cryptocurrency ecosystem.

**References:**

1. Nanavov A. S. (2022) Regulyuvannya kartel'nykh uhod u YES: ostanni zminy ta yikh naslidky [EU Regulation of Cartel Agreements: Recent Developments and Their Implications]. Available at: <http://apir.iir.edu.ua/index.php/apmv/article/view/3801/3470> (accessed August 12 2024).
2. Antonov A., Belyaev A. (2023) The EU is Approaching Cryptocurrency Regulation: What Does It Mean for Ukraine. Cointelegraph. Available at: <https://fin.informator.ua/uk/v-ukrajini-kriptovalyuta-regulyuvatimetsya-za-normami-yes-u-nbu-poyasnili-prichini> (accessed August 12, 2024).
3. Antonov A., Belyaev A. (2016) Cryptocurrencies: A Revolution in the World of Finance. Kyiv: Nauka.
4. Tapscott D., Tapscott A. (2016) Blockchain: A New Economy. Kyiv: Nash Prostir.
5. Antonopoulos A. M. (2014) The Future of Money: How Cryptocurrencies Will Change the World. Kyiv: Osnovy.
6. Antonov A., Belyaev A. (2020) Cryptocurrencies: A Revolution in the World of Finance. Kyiv: Nashi Knyhy.
7. Tapscott D., Tapscott A. (2016) Blockchain: A New Economy. Kyiv: Nash Format.
8. Antonopoulos A. M. (2014) The Future of Money: How Cryptocurrencies Will Change the World. Kyiv: Diez. (in Ukrainian).
9. Rafalska A. M., Bukina V. O. (2022) Prospects for the Legalization of Cryptocurrency in Ukraine Based on the Experience of Other Countries [Perspektyvy legalizatsiyi kryptovalyut v Ukraini na osnovi dosvidu inshykh krayin]. *Actual Problems of Economics*, pp. 58–73. Available at: <https://app-journal.in.ua/wp-content/uploads/2022/12/58.pdf> (accessed August 12, 2024).
10. Derevyanko B., Turkot O. (2022) Pravove regulyuvannya vidnosyn u sferi kryptovalyut v Ukraini: dosvid YES [Legal Regulation of Cryptocurrency Relations in Ukraine: EU Experience]. *Law and Civil Society*, no. 3, pp. 56–78. Available at: <http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2022/3/7.pdf> (accessed August 12, 2024). (in Ukrainian)
11. Spytska L. (2023) Prava spozhyvachiv finansovykh posluh. Sporechlyve pravove regulyuvannya virtualnykh aktyviv (kryptoaktyviv) u zakonodavstvi YES, Velikoyi Brytaniyi ta Ukraini [Rights of Consumers of Financial Services. Controversial Legal Regulation of Virtual Assets (Cryptoassets) in the Legislation of the European Union, Great Britain, and Ukraine]. *Modern Problems of Law*, vol. 6, issue 4, pp. 112–135. Available at: <https://sls-journal.com.ua/en/journals/tom-6-4-2023/sposobi-legalizatsiyi-dokhodiv-otrimanikh-vid-spekulyatsiy-kriptovalyutami-z-urakhuvannyam-osoblivostey-podatkovogo-zakonodavstva> (accessed August 12, 2024). (in Ukrainian)
12. Strilets B. (2022) Potochniy stan ta perspektyvy pravovogo regulyuvannya kryptovalyut u Yevropeyskomu Soyuzi [Current State and Prospects for the Legal Regulation of Cryptocurrencies in the European Union]. *Actual Problems of Jurisprudence*, no. 2, pp. 89–105. (in Ukrainian).

**Список використаних джерел:**

1. Нанавов А.С. EU regulation of cartel agreements: Recent developments and their implications. *Actual Problems of International Relations*. 2022. URL: <http://apir.iir.edu.ua/index.php/apmv/article/view/3801/3470>
2. Antonov A., & Belyaev A. The EU is approaching cryptocurrency regulation: What does it mean for Ukraine. Cointelegraph. 2023. URL: <https://fin.informator.ua/uk/v-ukrajini-kriptovalyuta-regulyuvatimetsya-za-normami-yes-u-nbu-poyasnili-prichini> (accessed August 12, 2024).
3. Antonov A., & Belyaev A. Cryptocurrencies: A revolution in the world of finance. Kyiv: Nauka, 2016.
4. Tapscott D., & Tapscott A. Blockchain: A new economy. Kyiv: Nash Prostir, 2016.
5. Antonopoulos A. M. The future of money: How cryptocurrencies will change the world. Kyiv: Osnovy, 2014.
6. Antonov A., & Belyaev A. Cryptocurrencies: A revolution in the world of finance. Kyiv: Nashi Knyhy, 2020.
7. Tapscott D., & Tapscott A. Blockchain: A new economy. Kyiv: Nash Format, 2016.
8. Antonopoulos A.M. The future of money: How cryptocurrencies will change the world. Kyiv: Diez, 2014.
9. Рафальська А.М., & Букина В.О. Перспективи легалізації криптовалют в Україні на основі досвіду інших країн. *Актуальні проблеми економіки*. 2022. С. 58–73. URL: <https://app-journal.in.ua/wp-content/uploads/2022/12/58.pdf> (дата звернення: 12.08.2024).
10. Дерев'янюк Б., & Туркот О. Правове регулювання відносин, пов'язаних з криптовалютою в Україні: досвід ЄС. *Право та громадянське суспільство*. 2022. № 3. С. 56–78, URL: <http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2022/3/7.pdf> (дата звернення: 12.08.2024).
11. Спицька Л. Права споживачів фінансових послуг: суперечливе правове регулювання віртуальних активів (криптоактивів) у законодавстві Європейського Союзу, Великобританії та України. *Сучасні проблеми права*. 2023. Том 6. Випуск 4. С. 112–135. URL: <https://sls-journal.com.ua/en/journals/tom-6-4-2023/sposobi-legalizatsiyi-dokhodiv-otrimanikh-vid-spekulyatsiy-kriptovalyutami-z-urakhuvannyam-osoblivostey-podatkovogo-zakonodavstva> (дата звернення: 12.08.2024).
12. Стрілець Б. Сучасний стан та перспективи правового регулювання криптовалют у Європейському Союзі. *Актуальні проблеми юриспруденції*. 2022. № 2. С. 89–105.

**Нанавов А. С.**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

**Близнюк М. О.**

Навчально-науковий інститут міжнародних відносин

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**РЕГУЛЮВАННЯ КРИПТОВАЛЮТ В ЄС ТА УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Регулювання криптовалют в Україні наразі перебуває на стадії формування, але вже були зроблені значні кроки для створення правової бази, що забезпечить прозорість та легальність ринку віртуальних активів. Одним із ключових етапів стало прийняття закону "Про віртуальні активи", який є важливою віхою у врегулюванні цього сегмента фінансового ринку. Закон визначає правовий статус віртуальних активів, регулює їх обіг, а також встановлює вимоги до учасників ринку. Це рішення стало значним досягненням, але попереду ще багато роботи для створення ефективної та безпечної правової бази. У той час як Україна робить перші кроки у формуванні регуляторного середовища для криптовалют, країни Європейського Союзу (ЄС) вже намагаються створити єдину правову базу для цього ринку. Регулювання криптовалют у ЄС є складним і багатограним процесом, що включає численні аспекти, такі як фінансова стабільність, безпека користувачів, а також дотримання ефективних та безпечних вимог. Європейські країни прагнуть досягти гармонізації законодавства, створюючи умови, за яких ринок криптовалют буде прозорим і надійним. Це передбачає введення спільних правил, які б забезпечили однаковий підхід до регулювання криптовалют у всіх країнах-членах ЄС. Україна, у свою чергу, зосереджується на інтеграції з міжнародними



стандартами, прагнучи створити правове поле, що відповідатиме найкращим світовим практикам. Це включає адаптацію до нових викликів, пов'язаних із розвитком фінансових технологій та забезпеченням безпеки користувачів криптовалют. Важливим аспектом є також питання оподаткування криптовалют та забезпечення дотримання норм протидії відмиванню коштів (AML) і фінансуванню тероризму (CFT). У підсумку, регулювання криптовалют у ЄС та Україні є складним і постійно еволюціонуючим процесом, який потребує збалансованого підходу. Європейські країни намагаються створити єдині правила гри, тоді як Україна шукає свій шлях, орієнтуючись на міжнародний досвід і намагаючись адаптуватися до нових викликів, пов'язаних із зростанням фінансових технологій.

**Ключові слова:** регулювання криптовалют, ЄС, Україна, MiCA, фінансова стабільність.

## РОЗДІЛ 2

### ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

УДК 657

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-101-3>

Позняковська Н. М.

Національний університет водного господарства та природокористування

#### ОБ'ЄКТИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ІНСТИТУТІВ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

У статті досліджуються особливості визначення і визнання об'єктів бухгалтерського обліку інститутів громадянського суспільства. Розглянуто основні підходи до визначення науковцями об'єктів бухгалтерського обліку. Проаналізовано трактування об'єктів бухгалтерського обліку за міжнародними та національними стандартами бухгалтерського обліку (фінансової звітності) у підприємницькому і державному секторах економіки. Виокремлені основні ознаки, при виконанні яких визнаються основні елементи фінансової звітності. Розкрито особливості діяльності інститутів громадянського суспільства та їх вплив на визначення та умови визнання об'єктів бухгалтерського обліку. Запропоновано уточнити визначення та визнання активів, зобов'язань, капіталу, доходів і витрат як об'єктів бухгалтерського обліку інститутів громадянського суспільства за ознакою отримання потенційної користі від надання організація суспільних послуг.

**Ключові слова:** громадянське суспільство, інститути громадянського суспільства (ІГС), громадські організації, недержавні організації; неприбуткові установи, об'єкти бухгалтерського обліку ІГС, активи, зобов'язання, капітал, доходи, витрати.

**Постановка проблеми.** Зростання ролі та значення громадянського суспільства у надскладний для країни час, з однієї сторони, та відповідальність за використання коштів та майна, інших активів, які організації (інститути) громадянського суспільства отримують від громадян, бізнесу та держави на вирішення суспільно важливих проблем, з іншого боку, обумовлюють необхідність створення прозорої системи бухгалтерського обліку їх діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження предмета і об'єктів бухгалтерського обліку, питання теоретико-методологічних аспектів бухгалтерського обліку здійснювали вчені В. Базилевич, Ф. Бутинець, С. Голов, Н. Дорош, П. Куцик, М. Корякін, С. Легенчук, Л. Ловинська, Л. Пилипенко, М. Пушкар, С. Свірко, В. Сопко, В. Швець, І. Яремко, інші.

Проблематиці обліку громадських і благодійних організацій України присвячено праці відчизняних авторів О. Азарової, О. Височан, Н. Гури, С. Карпівської, Я. Олійник, О. Папінової, В. Швеця, А. Ясінської та ін. Зважаючи на інтерес громадськості до діяльності громадянського, так званого третього, сектору економіки країни, дискусії щодо визначення та визнання об'єктів бухгалтерського обліку організацій (інститутів) громадянського суспільства в умовах викликів сьогодення набувають нового значення.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Відмінності і розбіжності у трактуванні предмета і об'єктів бухгалтерського обліку у наукових джерелах пов'язані, в першу чергу, з різними підходами до категорій «предмет» і «об'єкт». Теорією бухгалтерського обліку традиційно його об'єкти розглядаються як складові частини предмету. На сьогодні існує три основні підходи до визначення об'єктів бухгалтерського обліку. За першим підходом (класичним), який довго панував у відчизняній історії бухгалтерського обліку, виділяють такі об'єкти як господарські засоби, джерела їх утворення та господарські

процеси (Ф. Бутинець [1], Й. Даньків [2], І. Замула [3], М. Лучко [2], І. Садовська [5], В. Сопко [6], Н. Чебанова [7], В. Швець [8], ін.). Другий підхід до визначення об'єктів бухгалтерського обліку сформувався у процесі реформ бухгалтерського обліку в Україні, викликаних глобалізаційними процесами, перерозподілом ринку та входженням України в світову спільноту. Прихильники другого підходу визначають об'єктами – активи, зобов'язання, капітал, доходи і витрати, тобто основні елементи фінансової звітності за Міжнародними, а згодом, і національними стандартами бухгалтерського обліку (С. Голов [9], Н. Дорош [10], С. Легенчук [11], Л. Ловинська [12], В. Плиса [13], ін.). За третім підходом до визначення об'єктів бухгалтерського обліку ми відносимо пропозиції вчених щодо доповнення об'єктів бухгалтерського обліку новими категоріями, враховуючи, в першу чергу розширення потреб користувачів та збільшення вимог до інформації для управління в сучасних умовах (наприклад, соціальні витрати, екологічні витрати, інтелектуальний капітал, специфічні господарські процеси тощо) [9; 13; 14].

Дослідження визначення і визнання об'єктів бухгалтерського обліку доцільно продовжити, враховуючи суттєві трансформаційні зміни, які відбуваються у світовому інформаційному просторі як відповідь на виклики до суспільства та потреби в отриманні повної інформації про діяльність суб'єктів господарювання, зокрема й інститутів громадянського суспільства.

**Метою статті** є теоретичне обґрунтування особливостей визначення та визнання об'єктів бухгалтерського обліку інститутів громадянського суспільства задля надання рекомендацій з покращення відображення інформації про їх стан та рух у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності.

**Виклад основного матеріалу.** Аналізуючи положення міжнародних і національних стандартів бухгалтерського обліку (фінансової звітності), спостерігаємо існування певних розбіжностей

у визначенні і визнанні об'єктів бухгалтерського обліку (основних елементів фінансових звітів), які пропонуються для застосування суб'єктами господарювання окремих секторів економіки. У табл. 1 наведено порівняння об'єктів бухгалтерського обліку за міжнародними та національними стандартами бухгалтерського обліку (фінансової звітності) для підприємницького сектору, зокрема й для малого і середнього бізнесу, та у державному секторі [15-19].

Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) [15; 17] надають ширший перелік основних елементів фінансових звітів з огляду на необхідність надання певної інформації користувачам, включивши до об'єктів, окрім активів, зобов'язань, капіталу, доходів і витрат, як прийнято за національними положеннями (стандартами) [18], й внески та виплати власникам і рух грошових коштів.

Проте вищезазначені елементи бухгалтерського обліку не є характерними для суб'єктів громадянського суспільства, які створюються з метою задоволення суспільних інтересів або потреб членів суспільства. Об'єктами бухгалтерського обліку громадянського суспільства, зважаючи на особливості їх створення і функціонування, на підставі поелементної структури фінансових звітів про фінансовий стан та фінансові результати діяльності, визначимо: активи; зобов'язання; капітал; доходи і витрати.

При визначенні активів як об'єктів обліку схиляємося до їх ознак, зазначених у міжнародних та національних стандартах бухгалтерського обліку (фінансової звітності): (1) ресурс; (2) право власності на активи; (3) здійснення контролю (4) можливість отримання економічних вигід від їх використання в майбутньому. Ключовими характеристиками зобов'язань суб'єкта, що звітує, є: (1) обов'язок передати економічний ресурс; (2) вибуття економічного ресурсу; (3) існування на даний час внаслідок минулих подій.

У науковій літературі наведені класифікаційні ознаки, за якими розподіляються активи і зобов'язання. Вони досить різноманітні:

- для активів – економічний зміст; рівень/ступінь ліквідності; характер володіння; форма та місце використання; спосіб надходження; термін і мета використання; джерела формування;

- для зобов'язань – види (типи); форми та строки погашення; можливість оцінки тощо. Проте, не зважаючи на відмінності у класифікаціях активів і зобов'язань, всі дослідники

однозначно поділяють активи і зобов'язання: за терміном використання/ погашення на поточні і непоточні (довгострокові) та за видами діяльності – від операційної, фінансової та іншої (інвестиційної).

Потрібно зважати й на альтернативний варіант класифікації активів і зобов'язань, який пропонується МСФЗ [15]: а) якщо операційний цикл важко ідентифікувати, його тривалість приймається за 12 місяців; б) ліквідність, у разі надання можливості найкраще представити активи і зобов'язання, зокрема як для фінансових установ; в) змішаний варіант вибору відображення, у разі здійснення суб'єктами різних видів діяльності.

Слід зазначити, що найбільш дискусійними серед представників різних економічних та облікових шкіл вважаються категорії доходів і витрат. Не зважаючи на різноманітність визначень цих категорій, більшість науковців до спільних критеріїв визнання доходів і витрат відносять умови: (1) зміни в економічних ресурсах; (2) зміни у правах вимоги.

Досліджуючи трактування критеріїв визнання об'єктів бухгалтерського обліку суб'єктів різних секторів економіки за національними та міжнародними стандартами [15-19], зазначимо про існування певних відмінностей у складі ознак (табл. 2). За МСФЗ [15] критерієм визнання елементів фінансових звітів є надходження або вибуття у майбутньому економічної вигоди. У національному законодавстві також застосовується подібна ознака як умова визнання об'єктів.

У Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [20] економічна вигода визначена як потенційна можливість отримання підприємством грошових коштів від використання активів.

Радою з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку в державному секторі передбачається визнання активів, зобов'язань, доходів і витрат не лише залежно від економічної вигоди, тобто грошових коштів, а й у разі отримання чи втрати у майбутньому потенційної користі. Ресурс визнається як об'єкт, що має потенційну користь або здатний генерувати економічні вигоди [17]. Потенційна користь або здатність генерувати економічні вигоди може виникати від використання безпосередньо ресурсу або від прав на використання ресурсу. Потенційна користь трактується як здатність надати послуги, які сприяють досягненню цілей суб'єкта господарювання,

Таблиця 1

**Порівняння об'єктів бухгалтерського обліку за національними та міжнародними стандартами бухгалтерського обліку (фінансової звітності)**

Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку [18]	Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку у державному секторі [19]	Міжнародні стандарти фінансової звітності [15]	Міжнародні стандарти фінансової звітності малих і середніх підприємств [16]	Концептуальна основа для звітності загального призначення у державному секторі [17]
Активи	Активи	Активи	Активи	Активи
Зобов'язання	Зобов'язання	Зобов'язання	Зобов'язання	Зобов'язання
Капітал	Капітал	Власний капітал	Капітал	
Доходи	Доходи	Доходи і витрати, включаючи прибутки і збитки	Доходи	Доходи
Витрати	Витрати		Витрати	Витрати
-	-	Внески власникам	-	Внески власникам
-	-	Виплати власникам	-	Розподіл власникам
-	-	Рух грошових коштів	-	-

Джерело: складено автором на підставі [15-19]

Таблиця 2

## Критерії визнання об'єктів бухгалтерського обліку за національними та міжнародними стандартами бухгалтерського обліку

Основні критерії визнання об'єктів бухгалтерського обліку	Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку [18]	Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку у державному секторі [19]	Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку [15]	Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку для малих і середніх підприємств [16]	Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку у державному секторі [17]
Ресурс / Заборгованість	+	+	+	+	+
Права на актив			+	+	+
Контроль	+	+	+	+	+
Минулі події	+	+	+	+	+
Надходження або вибуття економічного ресурсу (економічної вигоди)	+	+	+	+	+
Надання потенційних послуг	-	-	-	-	+
Достовірна оцінка	+	+	+	+	+

Джерело: складено автором на підставі [15-19]

Таблиця 3

## Уточнення об'єктів бухгалтерського обліку інститутів громадянського суспільства

Об'єкти бухгалтерського обліку	Визначення
Активи	Ресурси, контрольовані підприємством (установою, організацією) у результаті минулих подій, використання яких, як очікується, приведе до отримання економічних вигод або потенційної користі у майбутньому
Зобов'язання	Заборгованість підприємства (установи, організації), що виникла внаслідок минулих подій і погашення якої у майбутньому, як очікується, призведе до зменшення ресурсів установи (організації), що втілюють у собі економічні вигоди або потенційну користь
Капітал	Різниця між активами і зобов'язаннями установи (організації)
Доходи	Збільшення економічних вигод або отримання потенційної користі протягом звітного періоду, результатом чого є зростання капіталу, крім зростання капіталу за рахунок внесків власників установи (організації)
Витрати	Зменшення економічних вигод або втрати потенційної користі протягом звітного періоду у вигляді вибуття активів або виникнення зобов'язань, результатом чого є зменшення капіталу, крім зменшення, яке пов'язане з виплатами власникам установи (організації)

Джерело: розробка автора

як наприклад, суспільні. Надання потенційних послуг може дозволити суб'єкту господарювання досягнути своїх цілей, не лише генеруючи надходження грошових коштів.

Отже, професійна світова спільнота у сфері бухгалтерського обліку надання потенційних послуг розглядає у якості критерію визнання елементів фінансової звітності з огляду на мету створення суб'єктів державного сектора, чия діяльність пов'язана передусім із здійсненням суспільних послуг (охорона здоров'я, освіта, загальнодержавне та місцеве управління, охорона порядку, захист і безпека тощо). Проте саме задоволення суспільних послуг, як здійснення та захист прав і свобод, провадження економічних, соціальних, культурних, екологічних, та інших інтересів громадян України, є основними завданнями організацій (інститутів) громадянського суспільства. Інша подібна риса – неприбутковість діяльності, що стало підставою віднесення і організацій громадянського суспільства, і установ державного сектора до суб'єктів неприбуткового сектору економіки, відповідно до національного законодавства вони є неприбутковими установами.

Так, в Україні громадське об'єднання зі статусом юридичної особи є неприбутковим товариством, основною метою якого не є одержання прибутку [21]. З іншого боку, законодавством не

заборонено громадському об'єднанню здійснювати й підприємницьку діяльність для задоволення суспільних, зокрема економічних, соціальних, культурних, екологічних та інших інтересів членів суспільства. З огляду на подібність мети і завдань інститутів держави та громадянського суспільства вважаємо доцільним уточнити визначення активів, зобов'язань, капіталу, доходів і витрат як об'єктів бухгалтерського обліку організацій громадянського суспільства (табл. 3).

В основу визначень об'єктів бухгалтерського обліку інститутів громадянського суспільства ми заклали не лише поняття економічної вигоди, а й потенційної користі.

**Висновки з проведеного дослідження.** Особливості облікової політики інститутів громадянського суспільства визначаються тим, що у якості основного користувача облікової інформації виступає громадськість країни або, навіть, суспільство у цілому. З метою надання громадськості повної і достовірної інформації про діяльність громадських, благодійних, інших організацій (інститутів) громадянського суспільства слід уточнити визначення та визнання їх активів, зобов'язань, капіталу, доходів і витрат як об'єктів бухгалтерського обліку. Пропонуємо доповнити визначення та умови визнання об'єктів бухгалтерського обліку інститутів громадянського суспільства ознакою

отримання у майбутньому потенційної користі від їх використання. Під потенційною користю розуміємо задоволення громадськими, благодійними організаціями, іншими інститутами громадянського суспільства послуг із здійснення та захисту прав і свобод, провадження економічних, соціальних, культурних, екологічних та інших інтересів громадян, інших суспільних послуг або інтересів

певної групи людей, у тому числі й у вигляді отримання грошей та їх еквівалентів, вигідного обміну, погашення зобов'язання, ін.

З огляду на сучасні виклики, зокрема пов'язані з військовим станом, повоєнної відбудови країни, потребують подальших досліджень питання облікової політики інститутів громадянського суспільства.

### Список використаних джерел:

1. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник / за ред. Ф.Ф. Бутинця. Житомир : Рута, 2009. 912 с.
2. Даньків Й.Я., Лучко М.Р., Остап'юк М.Я. Теорія бухгалтерського обліку : навчальний посібник. Ужгород : Ужгородський національний університет, 2001. 162 с.
3. Замула І.В. Бухгалтерський облік екологічної діяльності: теорія та методологія : автореф. дис. ... докт. екон. наук : 08.00.09. Житомир, 2010. 40 с.
4. Садовська І.Б., Божидарнік Т.В., Нагірська К.Є. Бухгалтерський облік : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 688 с.
5. Сопко В.В. Бухгалтерський облік : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2010. 578 с.
6. Чебанова Н.В., Підпригора І.В., Чебанова О.П. Бухгалтерський облік : навчальний посібник. Харків : УкрДУЗТ, 2017. 222 с.
7. Швец В.Г. Теорія бухгалтерського обліку : навчальний посібник. Київ : Знання-Прес, 2003. 444 с.
8. Голов С. Теорія багатопільового бухгалтерського обліку. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2011. № 4. С. 3–13. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/boau\\_2011\\_4\\_2](http://nbuv.gov.ua/UJRN/boau_2011_4_2)
9. Дорош Н.І., Мартинюк М.А. Взаємозв'язок предмета та об'єктів обліку та аудиту. *Економіка і суспільство*. 2017. № 10. С. 730–734.
10. Легенчук С.Ф. Бухгалтерське теоретичне знання: від теорії до метатеорії: монографія. Житомир : ЖДТУ, 2012. 336 с.
11. Ловінська Л.Г. та ін. Бухгалтерський облік : посібник. Київ : КНЕУ, 2002. 370 с.
12. Плиса В.Й., Плиса З.П. Теорія бухгалтерського обліку: підручник. Львів : Видавництво ННВК „АТБ”, 2023. 302 с.
13. Жук В.М. Парадигма бухгалтерського обліку економіки гармонійного розвитку. *Економічні науки. Серія: «Облік і фінанси»*. 2009. Вип. 6(24). С. 171–182.
14. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський облік: минуле і сучасне. *Облік і фінанси АПК*. 2009. № 3. С. 108–111.
15. International Accounting Standard 1 Presentation of Financial Statements. International Accounting Standards Board. 2024. IFRS Foundation. 978 p. URL: <https://www.ifrs.org/> (дата звернення: 15.08.2024).
16. International Financial Reporting Standard for Small and Medium-sized Entities (IFRS for SMEs). International Accounting Standards Board. 2015. London, United Kingdom. 246 p. URL: <https://www.ifrs.org/> (дата звернення: 15.08.2024).
17. Handbook of International Public Sector Accounting Pronouncements. International Federation of Accountants. 2022 edition. New York, USA. 1834 p. URL: <https://www.ifrs.org/> (дата звернення: 15.08.2024).
18. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: наказ Міністерства фінансів України 07.02.2013 р. № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text> (дата звернення: 15.08.2024).
19. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 101 «Подання фінансової звітності»: наказ Міністерства фінансів України від 28 грудня 2009 р. № 1541. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0095-11#Text> (дата звернення: 15.08.2024).
20. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 15.08.2024).
21. Про громадські об'єднання: Закон України від 22 березня 2012 р. № 4572-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text> (дата звернення: 15.08.2024).

### References:

1. Butynecj F. F. (2009) *Bukhghaltersjkyj finansovyj oblik: pidruchnyk* [Financial Accounting]. Zhytomyr: Ruta. (in Ukrainian)
2. Danjkiv J. Ja., Luchko M. R., Ostap'juk M. Ja. (2001) *Teorija bukhhaltersjckogho obliku* [Accounting Theory]. Uzhghorod: Uzhghorodskij nacional'nyj universytet (in Ukrainian)
3. Zamula I. V. (2010) *Bukhghaltersjkyj oblik ekologichnoji dijalnosti: teorija ta metodologhija* [Accounting of environmental activities: theory and methodology] (Doctor of Economic Sciences Thesis). Zhytomyr: ZhDTU. (in Ukrainian)
4. Sadovs'jka I. B., Bozhydnar'nik T. V., Naghirs'jka K. Je. (2013) *Bukhhaltersjkyj oblik* [Accounting]. Kyiv: Centr uchbov'oji literatury. (in Ukrainian)
5. Sopko V. V. (2010) *Bukhhaltersjkyj oblik* [Accounting]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
6. Chebanova N. V., Pidopryghora I. V., Chebanova O. P. (2017) *Bukhhaltersjkyj oblik* [Accounting]. Kharkiv: UkrDUZT. (in Ukrainian)
7. Shvecj V. Gh. (2003) *Teorija bukhhaltersjckogho obliku* [Accounting Theory]. Kyiv: Znannja-Press. (in Ukrainian)
8. Gholov S. (2011) *Teorija baghatocil'jovogho bukhhaltersjckogho obliku* [Theory of multipurpose accounting]. *Bukhhaltersjkyj oblik i audyt*, no. 4, pp. 3–13. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/boau\\_2011\\_4\\_2](http://nbuv.gov.ua/UJRN/boau_2011_4_2)
9. Dorosh N. I., Martynjuk M. A. (2017) *Vzajemozv'jazok predmeta ta ob'jektiv obliku ta audytu* [Interrelationship of the subject and objects of accounting and auditing]. *Ekonomika i suspil'jstvo*, no. 10, pp. 730–734.
10. Leghenchuk S. F. (2012) *Bukhhaltersjke teoretychne znannja: vid teoriji do metateoriji* [Accounting theoretical knowledge: from theory to meta-theory]. Zhytomyr: ZhDTU. (in Ukrainian)
11. Lovins'jka L. Gh., Zhylkina L. V., Gholenko O. M. (2002) *Bukhhaltersjkyj oblik* [Accounting]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
12. Plysa V. J., Plysa Z. P. (2023) *Teorija bukhhaltersjckogho obliku* [Theory of accounting]. Lviv: Vydavnyctvo NNVK „ATB”. (in Ukrainian)
13. Zhuk V. M. (2009) *Paradyghma bukhhaltersjckogho obliku ekonomiky gharmonijnogho rozvytku* [The accounting paradigm of the economy of harmonious development]. *Ekonomichni nauky. Serija: «Oblik i finansy»*, vol. 6(24), pp. 171–182.
14. Tkachenko N. M. (2009) *Bukhhaltersjkyj oblik: mynule i suchasne* [Accounting: past and present]. *Oblik i finansy APK*, no. 3, pp. 108–111.
16. International Accounting Standards Board (2015). *International Financial Reporting Standard for Small and Medium-sized Entities (IFRS for SMEs)*, London. Available at: <https://www.ifrs.org/>
17. International Federation of Accountants (2022). *Handbook of International Public Sector Accounting Pronouncements*. New York. Available at: <https://www.ifrs.org/>

18. Ministry of Finance of Ukraine (2013). Nacionaljne polozhennja (standart) bukhghaltersjkogho obliku 1 «Zaghaljni vymoghy do finansovoji zvitnosti» [NSA General requirements for financial reporting]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>
19. Ministry of Finance of Ukraine (2009) Nacionaljne polozhennja (standart) bukhghaltersjkogho obliku v derzhavnomu sektori 101 «Podannja finansovoji zvitnosti» [Submission of Financial Statements]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0095-11#Text>
20. Supreme Council of Ukraine (1999) Pro bukhghaltersjkyj oblik ta finansovu zvitnistj v Ukrajinі [About Accounting and Financial Statements in Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>
21. Supreme Council of Ukraine (2012) Pro ghromadsjki ob'jednannja [About Public Associations]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text>.

**Pozniakovska Nataliia**

National University of Water and Environmental Engineering

## ACCOUNTING OBJECTS OF CIVIL SOCIETY INSTITUTIONS

### Summary

Research on the definition and recognition of accounting objects is expediently carried out, taking into account the significant transformational changes that are taking place in the global information space as a response to challenges to society and the need to obtain complete information about the activities of economic entities, including civil society organisations (institutions). The article analyzes the provisions of International and national standards of accounting (financial reporting) regarding the definition of the main elements of financial statements. The existence of certain discrepancies in the composition and content of the objects of accounting (elements of financial statements) proposed for use by economic entities of certain sectors of the economy was determined. A comparison of accounting objects according to International and national standards of accounting (financial reporting) for the business sector, in particular for small and medium-sized entities, and for the public sector is given. The peculiarities of the accounting policy of institutions of civil society are determined by the fact that the public of the country or even society as a whole act as the main user of accounting information. Accounting objects of civil society, taking into account the peculiarities of their creation and functioning, we define: assets; liabilities; equity; income and expenses. In order to provide the public with complete and reliable information about the activities of public, charitable, and other civil society organizations, the definition and recognition of their assets, liabilities, equity, income and expenses as accounting objects should be clarified. We propose to supplement the definition and conditions of recognition of accounting objects of civil society institutions as a sign of receiving potential benefits from their use in the future. By service potential benefit, we understand satisfaction by public, charitable organizations, other civil society institutions of services for the implementation and protection of rights and freedoms, the implementation of economic, social, cultural, environmental and other interests of citizens, other public services or the interests of a certain group of people, including in the form of receiving money and their equivalents, beneficial exchange, repayment of obligations, other.

**Keywords:** civil society, Civil Society Institutions, Civil Society Organisations (CSO), non-governmental organization (NGO), Nonprofit Organizations, Assets, Liabilities, Equity, Income, Expenses, Accounting Objects CSO.

## РОЗДІЛ 3 ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА, СТРАХУВАННЯ ТА ФОНДОВИЙ РИНОК

УДК 336.717

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-101-4>

Григораш О. В.

Волошин І. А.

Університет митної справи та фінансів

### ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ FINTECH В УКРАЇНІ ТА СВІТІ У 2024 РОЦІ

У статті досліджено головні тенденції розвитку FinTech в Україні та світі у 2024 році. Встановлено, що найбільш актуальними наразі є три напрямки: використання штучного інтелекту, новітні технології, зміни у фінансових послугах. Кожен напрям проаналізовано та охарактеризовано за змістом й перспективами розвитку. Окремо розглянуто вплив регулятора – Національного банку України – на функціонування FinTech компаній. Проаналізовано плани щодо залучення інвестицій українськими FinTech-компаніями у 2024 році, плани виходу українських FinTech-компаній на міжнародний ринок у поточному році, динаміку обсягів світового ринку штучного інтелекту за 2021-2023 рр. та його прогноз до 2030 р., очікується значний зріст цього ринку до майже 2 трлн. дол. визначено перспективні напрями використання ШІ в процесі розвитку FinTech в банківських установах.

**Ключові слова:** FinTech, фінансовий ринок, фінансові компанії, штучний інтелект.

**Постановка проблеми.** FinTech в Україні та світі постійно зазнає впливу факторів, які стримують його розвиток і, в той же час, дозволяють створювати саме ті продукти, які користуються популярністю через вимоги часу. Наслідки COVID-19 та воєнні дії на території України не в змозі стримати зростання компаній, які займаються наданням фінансових послуг. Навпаки, вони стимулюють виробництво новинок, які спрощують життя користувачів у нестандартних умовах.

Компанії FinTech демонструють постійний ріст та збільшують свою присутність у різних галузях економіки. Для того, щоб залишатися вагомими гравцями на ринку, компанії мають постійно слідувати світовим тенденціям, пропонувати клієнтам інноваційні продукти та модернізувати свої послуги відповідно до потреб ринку. Ще одним викликом для компаній FinTech є, з одного боку, високий рівень необізнаності населення щодо фінансових послуг та можливостей, які відкриває ринок фінансових технологій, а з іншого, – посилення рівня винахідництва шахрайства. Тому, дослідження перспектив розвитку FinTech в Україні та світі є актуальною темою.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Останнім часом значна увага науковців і практиків, як у зарубіжних, так і вітчизняних контекстах, приділяється дослідженню проблем становлення і функціонування FinTech у сфері фінансово-інвестиційних послуг. А. Дунська, В. Лагодієнко та А. Ткаченко [1] наголошують на тому, що перехід від традиційної системи фінансових послуг до цифрової надає великі можливості як великим фінансовим компаніям, так і стартапам FinTech. О. Рац [2] визначає сучасні тенденції і напрями розвитку фінансових технологій та основні шляхи активізації розвитку фінансових інновацій у вітчизняних банківських установах в умовах діджиталізації економіки. У свою чергу М. Житар [3], аналізуючи сучасні тенденції розвитку FinTech, приділяє увагу послугам через мобільний телефон, фінансовим послугам та

соціальним мережам, альтернативним видам платежів, тощо.

О. Наконечна та О. Михайлик [4] проводять оцінку сучасного стану фінтех-розвитку глобального банківського бізнесу, рівня проникнення FinTech-послуг на ринки іноземних країн та виявляють тенденції сучасного глобального інвестування у фінтех-компанії. У дослідженні О. Смагло [5] визначено основні фактори, що посилюють розвиток фінансових технологій на глобальному ринку та охарактеризовано ключові тренди його розвитку.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Разом із цим, інновації у фінансовому секторі стрімко поширюються, що потребує системного комплексного дослідження сучасних трендів розвитку FinTech та перспектив їх поширення у фінансову просторі в умовах викликів воєнного часу.

**Метою** статті є дослідження основних тенденцій сучасного поширення фінансових технологій в Україні й світі та визначення перспектив їх подальшого розвитку.

**Виклад основного матеріалу.** Ринок FinTech розвивається швидко завдяки перевагам, які він приносить, трансформуючи глобальну економічну систему і фінансовий сектор зокрема [6]. Виклики 2020-2023 років навчили фінансові компанії приймати швидкі зміни та підхоплювати «хвилі» сучасних потреб.

Повністю розділяємо думку Ю. Вергелюк, що «фінансові технології мають на меті вдосконалення вже існуючих фінансових продуктів, а також можуть кардинально змінювати їх (наприклад, завдяки квантовим технологіям або елементам роботехніки)» [7, с. 52]. Авторка наголошує, що діяльність FinTech змінює традиційні бізнес-процеси за рахунок цифрової трансформації фінансового сектора в цілому. Для того, щоб розвиватися стабільно, FinTech-компанії потребують постійних фінансових ресурсів, які можливо залучити завдяки внутрішнім та зовнішнім інвестиціям.

Розглянемо плани залучення інвестицій українськими фінтех-компаніями у 2024 році на рис. 1.

Представлені на рис. 1 дані демонструють, що 45% українськими FinTech-компаній планують у 2024 році розвиток за рахунок власних коштів, а 39% планують залучити приватних інвесторів до фінансування своєї діяльності. Співпрацю з венчурними фондами планують 31% компаній, а донорські програми будуть використовувати майже 28%. Слід відмітити, що більшість FinTech-компанії розглядають одночасно декілька видів залучення інвестицій.

Варто зазначити, що існує безліч причин і факторів, які впливають на вибір інвестицій у різні види фінансових технологій. Потреба у швидких і недорогих платежах у всьому світі серед широкого кола користувачів позитивно впливає на популярність альтернативних платіжних засобів та інструментів, що робить цей сегмент ринку лідером у загальній ринковій структурі. Розвиток електронної комерції також сприяє появі нових платіжних інновацій. Дослідження показують, що зручність транзакцій за допомогою різних методів оплати може підвищити прибутки продавців і товаровиробників, покращити оперативну ефективність і зменшити витрати на експлуатацію.

Слід зазначити, що відносна більшість українських FinTech-компаній орієнтується розвиватися на міжнародному ринку, що підтверджують дані, представлені на рис. 2.

Як бачимо з даних, представлених на рис. 2, майже половина українських FinTech-компаній (47%) уже працюють на міжнародних ринках, а 38% – планують вихід у перспективі. Лише 15% українських FinTech-компаній не планують виходити на міжнародні ринки і залишаються працювати на рівні вітчизняного ринку.

Проаналізовані тенденції свідчать про обнадійливі перспективи інвестування в ринок FinTech, який сприяє цифровізації фінансових послуг, витісненню традиційних технологій і переходу до нової цифрової моделі фінансових ринків. Однак така радикальна трансформація неминуче супроводжується новими ризиками. У цьому контексті важливо вивчити перспективи розвитку ринку FinTech та можливості для поглиблення інтеграції українського ринку в глобальний ринок цифрових технологій.

Розглянемо основні тенденції, згідно з якими відбуватиметься розвиток FinTech в Україні та світі у 2024 році. Зокрема, виділімо три напрямки: застосування штучного інтелекту, новітні технології, зміни у фінансових послугах. Розглянемо кожний напрям та напрямки його розвитку окремо.

1. Використання штучного інтелекту.

Останні роки можна назвати «проривними» для штучного інтелекту (ШІ). Все більше галузей використовують ШІ для автоматизації процесів, підвищення ефективності операцій та з метою підвищення рівня продуктивності виробництва. На

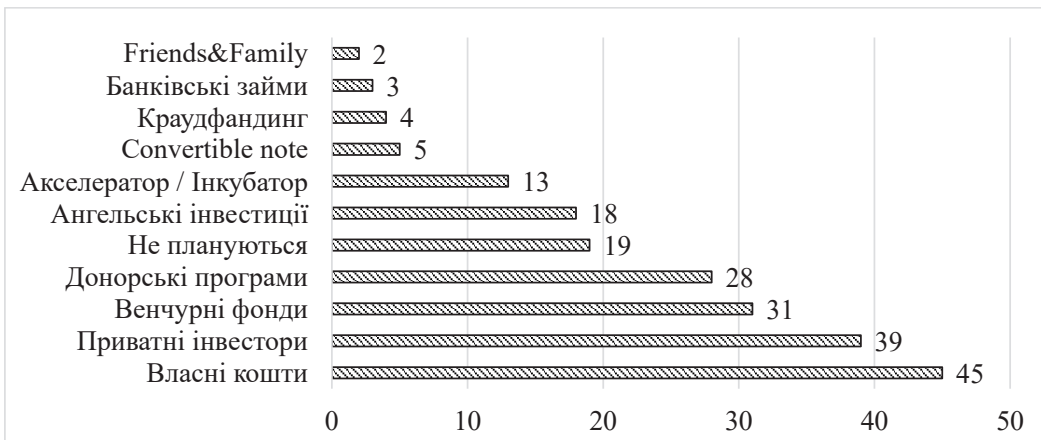


Рис. 1. Плани щодо залучення інвестицій українськими FinTech-компаніями у 2024 році, %

Джерело: складено авторами на основі даних [8]

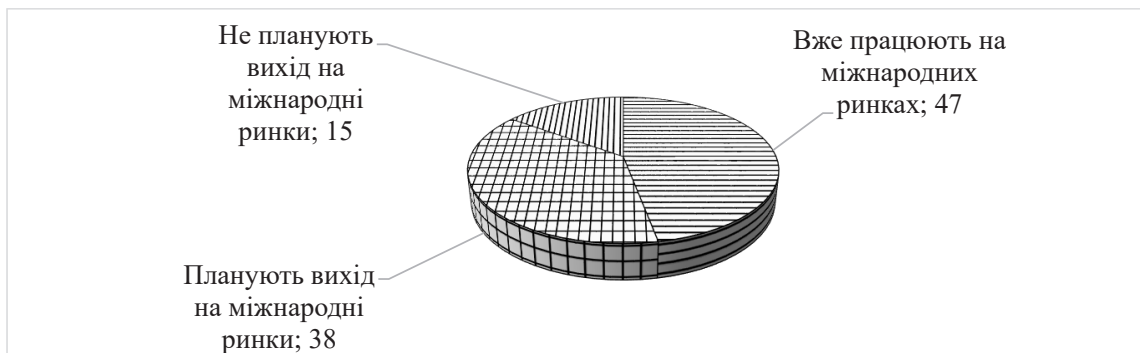


Рис. 2. Плани виходу українських FinTech-компаній на міжнародний ринок у 2024 році, %

Джерело: складено авторами на основі даних [8]



рис. 3 представлено динаміку обсягів світового ринку штучного інтелекту за 2021-2023 рр. та його прогноз до 2030 р.

За даними, представленими на рис. 3, у 2023 році обсяг глобального ринку штучного інтелекту оцінювався біля 200 млрд. дол. США. Згідно з даними Next Move Strategy Consulting, до 2030 року очікується значне зростання цього ринку до майже 2 трлн дол. США.

Штучний інтелект активно застосовується й фінансовими, зокрема, банківськими установами під час формування політики надання фінансових послуг.

На рис. 4 розглянемо більш детально використання ШІ у банківському секторі у процесі розвитку FinTech. Так, його буде інтегровано в рутинні процеси, наприклад, в онбордінг клієнтів. Можливості ШІ допоможуть банківському сектору вигідно конкурувати з іншими небанківськими установами на ринку фінансових технологій. Банки зможуть значно персоналізувати свої продукти, комбінуючи «людські» рішення з потужними аналітичними інструментами. Це дозволить їм ефективно боротися з різними видами шахрайства. Запровадження штучного інтелекту також значно розширить можливості для впровадження різноманітних інновацій у банківському секторі, що дозволить скоротити час їх впровадження.

## 2. Новітні технології.

Попри складність воєнного стану в Україні, Національний банк України продовжує впроваджувати стратегію, спрямовану на розвиток FinTech-ринку [10] і розширення використання безготівкових розрахунків:

– Закон України «Про платіжні послуги» від 30.06.2021 № 1591-IX, згідно з яким встановлено виключний перелік платіжних послуг та порядок їх надання, категорії надавачів платіжних послуг та умови авторизації їх діяльності [11];

– Про затвердження Положення про Систему Bank ID Національного банку України від 17.03.2020 № 32 як державної системи віддаленої ідентифікації, яка забезпечує передачу персональних даних користувачів від банку, в якому відкрито рахунок, до суб'єкта, який надає користувачу послугу [12];

– Упровадження стандарту ISO 20022 з метою використання міжнародних стандартів обміну фінансовими повідомленнями шляхом імплементації системи електронних платежів нового покоління [13].

У контексті широкого спектру викликів, перед регуляторами стоять все складніші завдання, які обумовлені рівнем розвитку фінансової системи, потребами її клієнтів і конкурентним середовищем. Швидкий темп технологічних інновацій і їх

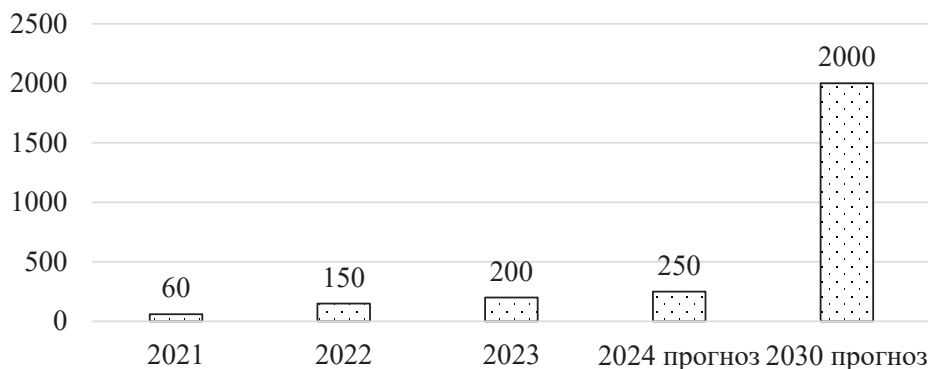


Рис. 3. Динаміку обсягів світового ринку штучного інтелекту за 2021-2023 рр. та його прогноз до 2030 р.

Джерело: складено авторами на основі даних [9]

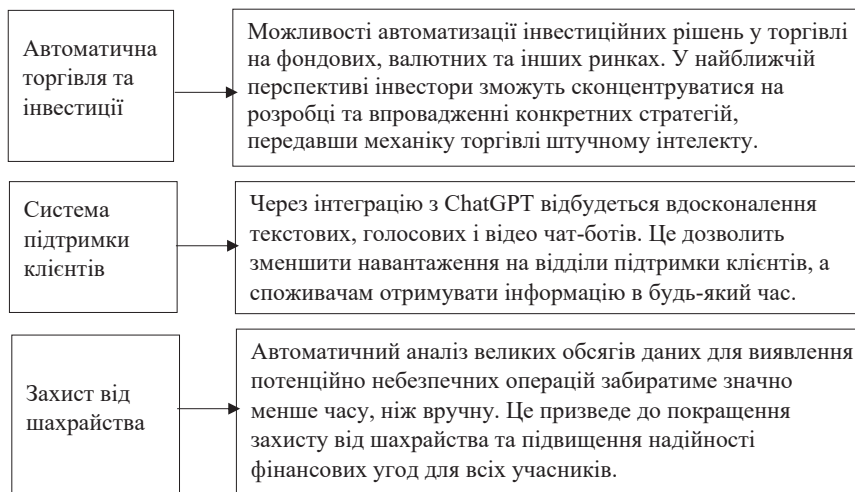


Рис. 4. Перспективні напрями використання ШІ в процесі розвитку FinTech в банківських установах

Джерело: складено авторами

вплив на галузь свідчать про те, що урахування компромісів може ускладнитися, особливо для країн у стадії розвитку та на перехідних ринках.

Нові технології, які набуватимуть популярності у сфері FinTech:

1) *Відкритий банкінг*. Основна ідея відкритого банкінгу полягає в тому, що за згодою клієнта банки надають стороннім постачальникам платіжних та фінансових послуг доступ до банківської інформації споживачів. Мета такого доступу – пропонувати споживачам більший вибір якісних та зручних фінансових сервісів. Це також сприятиме розвитку ринку фінансових послуг через зростання числа учасників.

2) *Електронні гаманці*. Є програмним забезпеченням, яке дозволяє зберігати електронні кошти для здійснення трансакцій в Інтернеті або електронній комерції. За прогнозами експертів, до 2026 року у світі майже вдвічі збільшиться кількість користувачів цифрових гаманців порівняно з 2022 роком. При цьому, загальний обсяг трансакцій за допомогою цифрових гаманців зросте на 77% до 2028 року.

3) *Цифрові валюти*. У 2024 році в Україні планується важлива подія, яка вплине на діяльність ринку фінансових технологій – це впровадження в Україні власної цифрової валюти НБУ та регулювання ринку криптоактивів. Державна цифрова валюта має бути контрольованою альтернативою криптовалютам, забезпечуючи стабільний курс, незалежний від основної національної валюти. Вона повинна сприяти зниженню вартості розрахунків, зокрема полегшуючи міжнародні платежі та скорочуючи їх вартісний ланцюг [14; 15].

3. Зміни у фінансових послугах.

FinTech-індустрія наразі переживає часи кардинальних змін. Для того, щоб гравцям залишитися на ринку, потрібно запроваджувати новітні технології, відповідати світовим темпам розвитку та постійно удосконалюватися. Зокрема, фінансова інклюзія є одним з п'яти стратегічних напрямів розвитку фінансового сектору України до 2025 року.

Цілі фінансової інклюзії, інноваційності та ефективності можуть відігравати важливу роль у забезпеченні фінансової стабільності. Великі технологічні платформи можуть проявляти значну ефективність, але в той же час вони можуть швидко стати лідерами на ринку і зазнати провалу. Щоб забезпечити власну інноваційність, компанії FinTech повинні використовувати значні обсяги даних своїх клієнтів, що може порушити

гарантії конфіденційності інформації та збільшити ризики для фінансової системи.

Ще одним перспективним напрямком, який має розглядати кожен гравець ринку фінансових технологій, є Fast Payments – миттєві платежі в режимі реального часу. Наразі відомо, що вже більше 80 країн застосовують миттєві платежі, запровадження їх в Україні планується у поточному році. Якщо говорити на мові переваг для споживача, то у 2024 році Fast Payments дозволяє зберігати гроші на рахунки клієнтів протягом 10 годин, а у 2025 році планується зменшити час до 10 секунд [14].

Загалом, інвестування в ринок FinTech-технологій сприяє розвитку штучного інтелекту, обробки великих даних, нових аналітичних інструментів і хмарних сервісів. Все це сприяє підвищенню якості обслуговування клієнтів, відкриває нові ринки і можливості для бізнесу. В той же час, фінансові установи та інноваційні підприємства опиняються у більш конкурентному середовищі, що позитивно впливає на їх розвиток.

Разом із тим, треба відмітити, що впровадження фінансових технологій в окремих екосистемах створює нові виклики для фінансових установ, які можуть опинитися під загрозою втрати ринкових позицій при недостатньо продуманому їх використанні.

Таким чином, ринок FinTech можна аналізувати через призму різних секторів, в яких використовуються окремі види технологій та сервісів, розглядаючи їх як складові частини самого ринку.

**Висновки з проведеного дослідження.** Отже, можна узагальнити, що майбутній розвиток FinTech-індустрії напряму залежить від стану інформаційно-комунікаційних технологій та змін у фінансовій інфраструктурі ринку. Банки та FinTech-компанії є головними конкурентами на ринку фінансових послуг, але саме наявність цього протистояння зумовлює появу на українському ринку нових продуктів та послуг, швидке запровадження новітніх світових тенденцій. Існуючі загрози у розвитку FinTech-індустрії (наприклад, шахрайство) повинні вирішуватися регуляторами та імплементацією відповідного законодавства й використанням досвіду зарубіжних країн щодо механізмів попередження цих викликів.

Подальші дослідження в цьому напрямку сприятимуть створенню більш ефективної та стійкої фінансової системи, що відповідає щораз більшим викликам сучасності.

### Список використаних джерел:

1. Дунська А., Лагодієнко В., Ткаченко А. Формування на сучасному етапі ринку фінансових технологій в світовій економіці. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2023. № 6. С. 273–278.
2. Рац О.М. Перспективи розвитку Fintech в банківській сфері України. *Актуальні питання економіки, фінансів, менеджменту та права в сучасних умовах*: збірник тез доповідей міжн. наук.-практ. конф., м. Рівне, 10 січня 2023 р. Рівне: ЦФЕНД, 2023. С. 50–52. URL: <http://www.economics.in.ua/2023/01/blog-post.html>
3. Житар М. Ринок FinTech в Україні: особливості, шляхи та перспективи розвитку. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*, 2024. № 1 (13). С. 4–12. DOI: <https://doi.org/10.32750/2024-0101>
4. Наконечна О., Михайлик О. FinTech в банківському бізнесі: особливості розвитку та потенційні можливості. *Підприємництво та інновації*. 2022. № 23. С. 108–119. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/23.19>
5. Смагло О. В. Перспективи розвитку FinTech технологій у сфері глобального ринку фінансово-інвестиційних послуг. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2018. № 20. Том 1. С. 372–379.
6. Lomachynska I. A. Modernization of Structure of Financial Systems with the Development of Fintech. Boiko V. O., Verkhoglyadova N. I., Volska O. M., Hranovska V. H. (eds). *Scientific Approaches to Modernizing the Economic System: Vector of Development*, Lviv/Toruń, Liha Press. 2020. P. 363–382.
7. Вергелюк Ю. Інвестування на ринку *Modeling the development of the economic systems*. 2023. № 7. С. 50–56.
8. Український фінтех у 2024 році: ключові цифри та факти. *FinTech Insider*: вебсайт. URL: <https://fintechinsider.com.ua/ukrayinskyj-finteh-u-2024-roczji-klyuchovi-cyfyry-ta-fakty/> (дата звернення: 05.08.2024).
9. Artificial intelligence (AI) market size worldwide from 2020 to 2030. *The Statistics Portal*. URL: <https://www.statista.com/forecasts/1474143/global-ai-market-size> (дата звернення: 05.08.2024).

10. Стратегія розвитку фінтеху : Рішення Правління НБУ від 09.07.2020 № 453-рш. URL: <https://bank.gov.ua/ua/about/develop-strategy/fintech2025> (дата звернення: 05.08.2024).
11. Про платіжні послуги: Закон України від 30.06.2021 № 1591-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20#Text> (дата звернення: 05.08.2024).
12. Про Систему Bank ID Національного банку: Постанова Правління НБУ від 17.03.2020 № 32. URL: <https://bank.gov.ua/ua/bank-id-nbu/> (дата звернення: 05.08.2024).
13. Упровадження стандарту ISO 20022: Постанова Правління НБУ від 16.09.2021 № 93. URL: <https://bank.gov.ua/ua/payments/project-iso20022> (дата звернення: 05.08.2024).
14. Федосюк Ю. Фінтех у 2024 році: чого чекати. *Економічна правда*. 2024. [https://www.epravda.com.ua.translate.google.com/rus/columns/2024/01/4/708359/?\\_x\\_tr\\_sl=uk&\\_x\\_tr\\_tl=ru&\\_x\\_tr\\_hl=ru&\\_x\\_tr\\_pto=sc](https://www.epravda.com.ua.translate.google.com/rus/columns/2024/01/4/708359/?_x_tr_sl=uk&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc) (дата звернення: 05.08.2024).
15. Майбутнє цифрових валют – у фокусі уваги світових центральних банків. Національний банк України. 2020. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/maybutnye-tsifrovih-valyut--u-fokusi-uvagi-svitovih-tsentralnih-bankiv> (дата звернення: 05.08.2024).

## References:

1. Dunska A., Lahodienko V., Tkachenko A. (2023) Formuvannya na suchasnomu etapi rynku finansovykh tekhnolohii v svitovii ekonomitsi [Formation at the present stage of the market of financial technologies in the world economy]. *Bulletin of Khmelnytsky National University. Economic Sciences*, vol. 3, pp. 273–278.
2. Rats O. M. (January 10, 2023) Perspektyvy rozvytku Fintech v bankivskii sferi Ukrainy [Prospects for the development of Fintech in the banking sector of Ukraine]. *Aktualni pytannia ekonomiky, finansiv, menedzhmentu ta prava v suchasnykh umovakh : zbirnyk tez dopovidei mizhn. nauk.-prakt. konf.*, pp. 50–52. Available at: <http://www.economics.in.ua/2023/01/blog-post.html>
3. Zhytar M. (2024) Rynok FinTech v Ukraini: osoblyvosti, shliakhy ta perspektyvy rozvytku [FinTech market in Ukraine: features, ways and prospects for development]. *Yevropeyskyi naukovyi zhurnal Ekonomichnykh ta Finansovykh innovatsii – European Scientific Journal of Economic and Financial Innovations*, vol. 1 (13), pp. 4–12. DOI: <https://doi.org/10.32750/2024-0101> (accessed August 5, 2024).
4. Nakonechna O., Mykhailuk O. (2022) FinTech v bankivskomu biznesi: osoblyvosti rozvytku ta potentsiini mozhlyvosti [FinTech in the banking business: features of development and potential opportunities]. *Pidpryemnytstvo ta innovatsii – Entrepreneurship and innovation*, vol. 23, pp. 108–119. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/23.19> (accessed August 5, 2024).
5. Smahlo O. V. (2018) Perspektyvy rozvytku FinTech tekhnolohii u sferi hlobalnoho rynku finansovo-investytsiynnykh posluh [Prospects for the development of FinTech technologies in the global market of financial and investment services]. *Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu – Actual problems of regional economic development*, no. 20, vol. 1, pp. 372–379.
6. Lomachynska I. A. (2020) Modernization of Structure of Financial Systems with the Development of Fintech. In Boiko V. O., Verkhoglyadova N. I., Volska O. M., Hranovska V. H. (eds). *Scientific Approaches to Modernizing the Economic System: Vector of Development*. Lviv/Toruń: Liha Press, pp. 363–382.
7. Verheliuk Yu. (2023) Investuvannya na rynku FinTech [Investing in the FinTech market]. *Modeling the development of the economic systems*, vol. 7, pp. 50–56.
8. The official site FinTech Insider. (2024) Ukrainian fintech in 2024: key figures and facts. Available at: <https://fintechinsider.com.ua/ukrayinskyj-finteh-u-2024-roczni-klyuchovi-zyfry-ta-fakty/> (accessed August 5, 2024).
9. The official site Statistics Portal (2024) Artificial intelligence (AI) market size worldwide from 2020 to 2030. Available at: <https://www.statista.com/forecasts/1474143/global-ai-market-size>. (accessed August 5, 2024).
10. The official site of National Bank of Ukraine. (2020). Decision of the National Bank Board ‘Stratehiia rozvytku fintekha’ [The Decision ‘Fintech development strategy’]. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/about/develop-strategy/fintech2025> (accessed August 5, 2024).
11. The official site of Verkhovna Rada of Ukraine. (2021). Law of Ukraine ‘Pro platizhni posluhy’ [About payment services]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20#Text> (accessed August 5, 2024).
12. The official site of National Bank of Ukraine (2020) Decision of the National Bank Board ‘Pro Systemu Bank ID Natsionalnoho banku’ [About the NBU Bank ID System]. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/bank-id-nbu/> (accessed August 5, 2024).
13. The official site of National Bank of Ukraine (2021) Decision of the National Bank Board ‘Uprovaдження standartu ISO 20022’ [Implementation of the ISO 20022 standard]. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/about/develop-strategy/fintech2025> (accessed August 5, 2024).
14. Fedosiuk Yu. (2024) Fintekh u 2024 rotsi: choho chekaty [Fintech in 2024: what to expect]. *Ekonomichna pravda – Economic truth*. Available at: [https://www.epravda.com.ua.translate.google.com/rus/columns/2024/01/4/708359/?\\_x\\_tr\\_sl=uk&\\_x\\_tr\\_tl=ru&\\_x\\_tr\\_hl=ru&\\_x\\_tr\\_pto=sc](https://www.epravda.com.ua.translate.google.com/rus/columns/2024/01/4/708359/?_x_tr_sl=uk&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc) (accessed August 5, 2024).
15. The official site of National Bank of Ukraine. (2020). Maibutnie tsyfrovyykh valiut – u fokusi uvagy svitovykh tsentralnykh bankiv [The future of digital currencies is in the focus of global central banks. National Bank of Ukraine]. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/maybutnye-tsifrovih-valyut--u-fokusi-uvagi-svitovih-tsentralnih-bankiv> (accessed August 5, 2024).

**Hryhorash Olha  
Voloshyn Ihor**

University of Customs and Finance

## PROSPECTS FOR FINTECH DEVELOPMENT IN UKRAINE AND IN THE WORLD IN 2024

### Summary

The main trends in the development of FinTech in Ukraine and the in world in 2024 are analyzed in the article. Three areas in the FinTech development are currently identified as the most relevant: use of artificial intelligence, the latest technologies, and changes in financial services. Each area is analyzed and characterized in terms of content and development prospects. The impact of the regulator, the National Bank of Ukraine, on the activity of FinTech companies is considered separately. Plans to attract investments by Ukrainian FinTech companies in 2024 are analyzed: 45% of companies plan to develop by their own expense, and 39% plan to attract private investors’ resources. Plans for Ukrainian FinTech companies to enter the international market this year were analyzed: almost half of Ukrainian FinTech companies (47%) are already operating in international markets, and 38% plan to enter in the future. The analysis of the dynamics of the

global artificial intelligence market in 2021-2023 and its forecast until 2030 shows that in 2023 the global artificial intelligence market was evaluated at about USD 200 billion. According to the Statistics Portal, this market is expected to grow significantly to almost \$2 trillion by 2030. Based on the analysis of literature sources, it has been determined that new technologies that become popular in the FinTech sector will be: open banking, e-wallets, digital currencies, etc. To support their systemic development, it is necessary to use digital technologies. Thus, the article identifies promising areas of artificial intelligence use in the process of FinTech development in banking institutions: automated trading and investments (in the short term, investors will be able to focus on the development and implementation of specific strategies by outsourcing trading technologies to artificial intelligence), customer support system (text, voice, and video chatbots will be improved through integration with ChatGPT), fraud protection (automatic analysis of large amounts of data to identify potentially dangerous transactions will take much less time than manual analysis).

**Keywords:** FinTech, financial market, financial companies, artificial intelligence.

УДК 336:658.14

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-101-5>

Шулюк Б. С.  
Петрушка О. В.

Західноукраїнський національний університет

## КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРІОРИТЕТІВ ДЕРЖАВНОЇ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ

Обґрунтовано доцільність активізації партнерських відносин органів державної влади (місцевого самоврядування) і суб'єктів підприємницької діяльності задля покращення фінансування об'єктів інфраструктури. Висвітлено трактування поняття «корпоративна соціальна відповідальність» українськими та зарубіжними вченими. Узагальнено концептуальні підходи до розкриття змісту згаданої дефініції, зокрема з позиції інструментального, політичного, інтегративного, етичного та стейкхолдерівського підходів. Представлено основні компоненти реалізації корпоративної соціальної відповідальності, які включають ціннісні орієнтири, принципи, форми, методи та оцінку отриманих результатів. Визначено пріоритетні сфери співпраці між державою і бізнесом, зокрема ті, що забезпечують потреби суспільства в якісних освітніх, оздоровчих, культурних послугах, високотехнологічній екологічно чистій продукції, створенні нових робочих місць.

**Ключові слова:** органи державної влади, органи місцевого самоврядування, суб'єкти підприємницької діяльності, корпоративна соціальна відповідальність, державна фінансова політика, пріоритетні сфери діяльності.

**Постановка проблеми.** В умовах побудови соціально зорієнтованої економіки органи державної влади чи місцевого самоврядування внаслідок хронічної нестачі бюджетних коштів не мають змоги фінансувати суспільно важливі сфери на рівні, що забезпечує їх динамічний розвиток. Водночас вони є відповідальними перед громадянами країни в процесі реалізації цілей соціальної політики. Тому актуальним завданням сьогодення є залучення українських компаній до виконання завдань, які покладені на державу. Співпраця згаданих суб'єктів економічних відносин потребує обговорення й узгодження, що сприятиме врегулюванню проблемних ситуацій, мінімізації впливу ризиків і підвищенню ефективності партнерських відносин.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Корпоративна соціальна відповідальність є актуальним предметом наукових досліджень, оскільки співпраця держави і бізнесу визнана дієвим засобом досягнення стратегічних соціальних, економічних і екологічних цілей. Зазначені питання представлені у праці В. Антощенкової та М. Дейнеги, де досліджено передумови і встановлено історико-теоретичні аспекти корпоративної соціальної відповідальності. Науковцями доведено, що корпоративна соціальна відповідальність сприяє не тільки підвищенню добробуту населенню, але й зниженню бізнес-витрат та ризиків, отриманню конкурентних переваг, покращенню легітимності і репутації компанії, підвищенню капіталізації активів бізнесу [1]. О. Іршак, О. Коломієць, А. Черепанин досліджують, систематизовують та узагальнюють наукові концепції, які покладені в основу існуючих видів корпоративної соціальної відповідальності та пропонують сучасну класифікацію її видів, ґрунтуючись на концепції сталого розвитку та досягненні Цілей сталого розвитку [2]. О. Сова і В. Кузнецов запропонували практичні кроки для ефективного використання згаданої відповідальності: професійні тренінги, соціальні та благодійні місії, підтримка освітніх і культурних ініціатив, реалізація екологічних проєктів, співпраця з місцевими громадами тощо. Також вченими акцентовано на визначальній ролі корпоративної соціальної відповідальності у забезпеченні успішного розвитку підприємств

в гармонії з природою та досягненні суспільного прогресу в глобалізаційних умовах сьогодення [3]. Досліджувані питання розкриті й у науковому доробку зарубіжних вчених. Зокрема, К. Девіс досліджував теорії і принципи соціальної відповідальності бізнесу [4]. М. Фрідман зосереджував увагу на обов'язковості отримання фінансових вигід суб'єктом підприємницької діяльності в процесі виконання соціальних завдань, покладених на нього державою [5].

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на значний внесок вчених у розвиток економічної науки, й досі відсутні комплексні дослідження теоретичних і організаційних засад корпоративної соціальної відповідальності, а також не визначено її роль в реалізації домінантів державної фінансової політики.

**Мета статті** полягає в узагальненні трактувань корпоративної соціальної відповідальності задля виділення концептуальних підходів до розуміння її сутності, виокремлення пріоритетних напрямів реалізації співпраці органів державної влади (місцевого самоврядування) і суб'єктів підприємницької діяльності з метою фінансування важливих сфер життєдіяльності суспільства.

**Виклад основного матеріалу.** Полеміка наукового середовища свідчить про появу корпоративної соціальної відповідальності як бізнес-ініціативи, яка згодом поглибилась у сферу діяльності держави. Поняття «корпоративна соціальна відповідальність» розкрито у працях зарубіжних вчених: Г. Боуена, Д. Вуда, А. Керролла, Ф. Котлера, Б. Маллена, Е. Фрімена, М. Хопкінса та ін. Науковий інтерес до згаданого поняття проявили й українські дослідники – Д. Букреева, К. Денисенко, А. Колот, І. Лебедев, Я. Ляшок, О. Маліновська тощо (табл. 1). Узагальнюючи наявні в економічній літературі трактування, вважаємо, що під соціальною відповідальністю бізнесу варто розуміти взяття ним зобов'язань щодо вирішення екологічних і соціальних проблем органів державної влади чи місцевого самоврядування на добровільній основі. Така відповідальність передбачає досягнення гармонії у відносинах між державою, суб'єктом підприємницької діяльності й суспільством.

Таблиця 1

## Наукові дефініції поняття «корпоративна соціальна відповідальність»

Автори, джерело	Поняття «корпоративна соціальна відповідальність»
Г. Боуен [6, с. 6]	реалізація тієї політики, прийняття таких рішень, або дотримання таких правил поведінки, які були б бажані з позиції цілей та цінностей суспільства
Д. Букреева, К. Денисенко [7]	бажання компанії підтримувати соціальні проблеми як окремого напрямку в межах однієї країни, так і на світовому тлі. Соціальна відповідальність – це механізм допомоги суспільству та одночасно розвитку бізнесу
Д. Вуд [8, с. 693]	модель поведінки суб'єктів підприємницької діяльності, що охоплює принципи мотивації, поведінкові процеси, відслідковування наслідків впливу корпоративних і управлінських дій на зовнішнє середовище
А. Керролл [9, с. 500]	відповідність поведінки бізнесу економічним, правовим, етичним і дискреційним очікуванням суспільства на певному етапі розвитку держави
А. Колот [10, с. 6]	імplementований у корпоративне управління певний вид соціальних зобов'язань (здебільшого добровільних) перед працівниками, партнерами, інститутами громадянського суспільства і суспільством в цілому
Ф. Котлер [11, с. 23]	дії, які спрямовані на максимізацію позитивного впливу бізнесу на суспільство і мінімізацію негативного впливу на підприємницьку діяльність, що сприяє соціальному, економічному і екологічно стійкому розвитку
І. Лебедев [12, с. 114]	спрямована на стійкий розвиток активна соціальна позиція підприємства, яка включає сумлінне виконання нормативних актів і угод із соціального партнерства, а також добровільно прийнятих додаткових зобов'язань по задоволенню економічних і соціальних потреб внутрішніх і зовнішніх заінтересованих осіб і суспільства у цілому
Я. Ляшок [13, с. 271]	діяльність компанії, яка додатково до існуючих правових норм, здійснює позитивний соціальний вплив на оточуюче середовище
О. Маліновська [14, с. 201]	морально-етична відповідальність бізнесових структур за рівень надання послуг, рівень якості виробленої продукції, а також створення гармонійного середовища відносини між працівниками, партнерами, споживачами та суспільством загалом у вирішенні соціальних проблем
Б. Маллен [15]	підхід до управління бізнес-процесами з метою отримання загального позитивного впливу на суспільство
Р. Фрімен [16, с. 32].	моральна відповідальність бізнесу не перед суспільством загалом, а лише перед зацікавленими сторонами, до яких відносять: акціонерів, працівників підприємства, постачальників, споживачів та територіальні громади, у яких здійснює свою діяльність суб'єкт підприємницької діяльності
М. Хопкінс [17]	поєднання процесу отримання прибутку фірми з відповідальною поведінкою, що означає не лише «прибуток за будь-яку ціну», але і зосередження уваги на тому, яким чином отриманий прибуток»

Джерело: складено авторами

Різні тлумачення цього поняття зумовили появу певних концептуальних підходів до розуміння його сутності. Так, поширення набув інструментальний підхід. Він розглядає корпоративну соціальну відповідальність як засіб отримання прибутку підприємством. Прихильником такого підходу був М. Фрідман, який вважав, що основною метою діяльності суб'єкта підприємницької діяльності є отримання максимального обсягу прибутку [5]. Відповідно такий комерційний підхід передбачає виконання бізнесом виключно тих соціальних обов'язків, які делегували йому органи влади. При цьому обов'язковою умовою співпраці є збагачення приватного партнера. На переконання вченого-економіста, недоліком виконання цих функцій бізнесом є обмеженість надання соціальних послуг споживачам.

Популярним є політичний підхід, ідеологія якого базується на виокремленні: корпоративного громадянства та корпоративного конституціоналізму. Перший з них передбачає, що інвестиційні приватні вкладення в об'єкти соціальної інфраструктури пов'язують зазвичай із корпоративним громадянством. Така асоціація виникла в іноземній літературі в 1980-х рр. XX століття в процесі активізації взаємозв'язків держави, підприємницького сектору та суспільства, переходу від патерналізму до рівноправності суб'єктів економічних відносин. Тогочасні наукові ідеї спрямовані на переосмислення ролі бізнес-структур у важливості реалізації цілей соціальної політики. Відповідно до цього підходу підприємство розглядається як «корпоративний громадянин», який, окрім спеціально організованої діяльності, має соціально-політичні права та обов'язки. Беручи

соціальні зобов'язання, він спрямовує частину свого прибутку на реалізацію соціальних цілей і гарантує суспільству й державі правомірне та справедливе виконання делегованих повноважень. «Корпоративний громадянин» несе не тільки відповідальність, пов'язану з сплатою податків, створенням робочих місць та дотриманням трудового права, а й здійснює реалізацію принципів сталого соціально-економічного розвитку та захисту навколишнього середовища, підтримку різноманітних суспільних ініціатив та благодійництво.

Згаданий підхід увійшов в коло наукових інтересів і вітчизняних вчених. На думку О. Зінченко, А. Хімченка, О. Зибаревої та Л. Вербівської, корпоративне громадянство є формою соціальної відповідальності бізнесу, яка реалізується у зовнішньому середовищі. До неї автори відносять: «чесне і відповідальне підприємництво; налагодження дієвої системи соціального партнерства в триаді «бізнес-влада-суспільство»; взаємодію з місцевими органами влади і громадами з метою сталого розвитку територій; забезпечення якості продукції, прав та інтересів споживачів; створення сприятливих умов для відтворення і розвитку людського капіталу та його раціонального використання; підтримку добровільної суспільно корисної діяльності громадян; охорону навколишнього природного середовища і ресурсозбереження; ефективний діалог із зацікавленими сторонами і громадськістю; практику поширення моделі соціально відповідальної поведінки (здорового способу життя, харчування, волонтерство тощо)...» [18, с. 27–28; 19, с. 285].

Акцентуючи увагу на цьому підході, зарубіжні та українські вчені стверджують про необхідність

соціального вектору розвитку суб'єктів підприємницької діяльності задля забезпечення добробуту населення.

Відповідно до корпоративного конституціоналізму підприємництво розглядається як громадський інститут, що має виконувати взяті обов'язки з відповідальністю перед суспільством. Одним з перших, хто дослідив вплив корпоративної влади на суспільство був К. Девіс. Вчений сформулював два принципи здійснення цієї влади: «принцип рівняння» і «залізний закон відповідальності». Згідно з першим бізнес використовує свою владу відповідно до взятих зобов'язань. Другий принцип стосується негативних наслідків неякісного використання влади. К. Девіс стверджував, що «той, хто невідповідально використовує свою корпоративну владу, у довгостроковому періоді втратить її. Зрештою ці функції візьмуть на себе інші суб'єкти економічних відносин» [4, с. 75]. На думку автора, якщо підприємство неефективно використовує свою владу, воно втратить своє становище в суспільстві. Таким чином, межі корпоративної влади визначаються тиском суспільства, яке встановлює умови для здійснення ефективною діяльністю підприємства. Це звужує можливості влади суб'єктів підприємницької діяльності так само, як обмежений вплив чинить на державну владу конституція. Тому теорія К. Девіса отримала назву «корпоративний конституціоналізм».

Доцільно виділити інтегративний підхід. У цьому контексті розглядається необхідність включення суспільних потреб в коло інтересів бізнесу. Адже підприємство, будучи частиною суспільства, має здійснювати внесок у створення соціального блага шляхом реалізації товарів і надання послуг ефективним і справедливим способом. За висловлюванням А. Сміта, суб'єкт підприємницької діяльності має враховувати стан соціальної інфраструктури, здійснювати інвестиції з метою створення добробуту населення, а не тільки задля власного фінансового зростання [20]. При цьому Ф. Котлер стверджував, що корпоративна соціальна відповідальність є вільним вибором підприємства, внаслідок якого він повинен змінити підходи до ведення бізнесу з метою здійснення технологічних інновацій, виробництва нових товарів, створення робочих місць, надання якісних соціальних послуг [11].

Етичний підхід акцентує увагу на питаннях етики, які впливають на взаємовідносини бізнесу з державою та суспільством. Цей підхід доповнює правову природу корпоративної соціальної відповідальності шляхом формування індивідуального кодексу моралі для бізнесу. Етична відповідальність включає неформальні правила поведінки, які не завжди зазначені в правових джерелах, але суспільство очікує їх дотримання суб'єктами підприємницької діяльності. Ці правила ґрунтуються на гуманістичних засадах, релігійних переконаннях та передбачають дотримання прав людини. З цього приводу О. Охріменко та Т. Іванова зазначають, що найбільш значущими інструментами в корпоративній соціальній відповідальності є: «етичні кодекси, карти етики, комітети з етики, соціальні ревізії, соціальна звітність, навчання етичній поведінці, етичні експертизи, система методів морального заохочення та покарання, соціальні комунікації» [21, с. 136–137].

Новий підхід до розуміння досліджуваного поняття зародився з появою теорії стейкхолдерів. Відповідно до цієї теорії основна мета

підприємця – максимізація прибутку – не може бути досягнута повною мірою без урахування інтересів зацікавлених осіб. Відтак фінансовий стан суб'єкта підприємницької діяльності знаходиться у пропорційній залежності від успішно побудованих взаємин з стейкхолдерами, зокрема працівниками, покупцями, постачальниками, посередниками, фінансовими та громадськими організаціями, державою. С. Харт, досліджуючи теорію «динамічних можливостей підприємства» [22], стверджував, що рушійними силами для розвитку бізнесу є виклики, породжені зовнішнім середовищем. При цьому важливим є постійне вдосконалення, інтеграція зацікавлених сторін і спільне бачення.

Вище розглянуті підходи зосереджені на трьох основних аспектах:

1) інтеграції соціальної відповідальності усіх зацікавлених осіб;

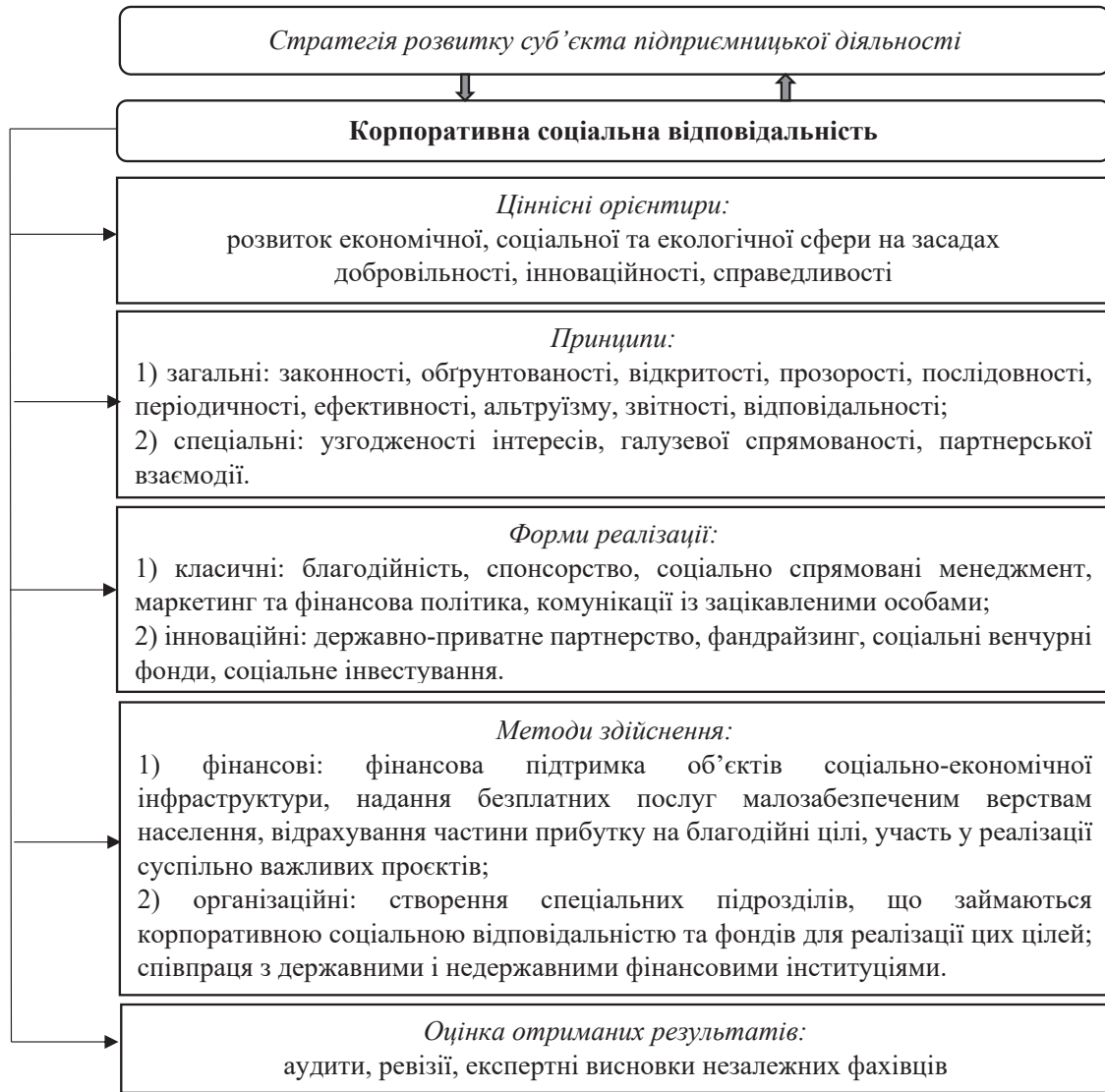
2) відповідальному виконанні делегованих функцій;

3) забезпеченні добробуту населення.

Таким чином, вважаємо, що корпоративна соціальна відповідальність є системою цінностей, яка повинна бути закладена у стратегію розвитку суб'єктів підприємницької діяльності. Така система має базуватися на встановлених принципах, формах та методах, а також передбачати здійснення постійного моніторингу за їх реалізацією (рис. 1).

На нашу думку, усвідомлення та осмислення ціннісних орієнтирів, форм та методів реалізації корпоративної соціальної відповідальності дадуть змогу бізнес-структурам чіткіше побудувати стратегію діяльності, планувати свої дії та їх наслідки, ефективніше реалізовувати соціальні програми. Ця відповідальність є підґрунтям для розвитку партнерських відносин держави і бізнесу. З огляду на це необхідно визначити пріоритетні сфери співпраці між згаданими суб'єктами економічних відносин. Вважаємо, що першочерговими домінантами повинні бути ті галузі соціальної сфери, що забезпечують потреби суспільства в якісних освітніх, оздоровчих, культурних послугах, високотехнологічній екологічно чистій продукції, створенні нових робочих місць тощо (рис. 2).

За твердженням К. Павлюк і С. Павлюк, пріоритетні сфери реалізації партнерських відносин органів влади і суб'єктів підприємницької діяльності повинні бути окреслені в стратегічних напрямках соціально-економічного розвитку держави чи регіону. При цьому автори зазначають, що формування стратегії має ґрунтуватися на основоположних принципах рівноправності та прозорості партнерів, соціально-економічній ефективності реалізації інфраструктурних проєктів [27, с. 18–19]. На основі таких стратегічних документів варто визначати тактичні завдання, розробляти та затверджувати державний і місцеві бюджети. В поточному році це дасть змогу спрямовувати бюджетні кошти на вирішення важливих соціально-економічних завдань, зокрема на місцевому рівні. Водночас, враховуючи постійний дефіцит бюджетних коштів, синергія співпраці з бізнесом сприятиме залученню додаткових фінансових ресурсів з метою поліпшення якості життя населення, покращення навколишнього середовища та створення сприятливих умов для розвитку підприємства.



**Рис. 1. Компоненти реалізації корпоративної соціальної відповідальності в системі стратегії розвитку суб'єкта підприємницької діяльності**

Джерело: складено авторами на основі джерел [23, с. 19; 24, с. 242]

**Висновки з проведеного дослідження.** В умовах циклічного виникнення кризових явищ добробут громадян залежить від налагодженості партнерських відносин держави та бізнесу. Така співпраця дає змогу залучати в діяльність органів влади додаткові ресурси, а також використовувати приватну підприємницьку ініціативу для досягнення цілей державної фінансової політики.

Питання стосовно поширення корпоративної соціальної відповідальності почали викликати науковий інтерес серед вітчизняних і зарубіжних вчених. Сьогодні існує багато праць, у яких описуються теоретичні засади розвитку соціальних зобов'язань бізнесу. Зважаючи на це, з'ясовано, що під корпоративною соціальною відповідальністю варто розуміти взяття суб'єктом підприємницької діяльності зобов'язань щодо вирішення екологічних і соціальних проблем органів

державної влади чи місцевого самоврядування на добровільній основі.

На нашу думку, окреслення орієнтирів реалізації корпоративної соціальної відповідальності дасть змогу бізнес-структурам чіткіше формувати стратегічні напрями діяльності, приймати рішення щодо реалізації соціальних програм, оцінювати вплив ризиків на досягнення намічених цілей. Вважаємо, що пріоритетними сферами співпраці між органами влади та суб'єктами підприємницької діяльності мають бути галузі соціальної сфери, що забезпечують потреби суспільства в якісних освітніх, оздоровчих, культурних послугах, високотехнологічній екологічно чистій продукції, створенні нових робочих місць тощо. Це дасть змогу забезпечити добробут населення та підвищити рівень життя населення.





Рис. 2. Пріоритетні сфери співпраці органів влади і суб'єктів підприємницької діяльності

Джерело: складено авторами на основі джерел [25, с. 138; 26, с. 121]

**Список використаних джерел:**

1. Антощенкова В.В., Дейнега М.В. Историко-теоретичні аспекти корпоративної соціальної відповідальності. *Вчені записки: збірник наукових праць*. 2023. Вип. 30. С. 6–14.
2. Іршак О., Коломієць О., Черепанин А. Види корпоративної соціальної відповідальності в контексті досягнення Цілей сталого розвитку. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 59. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3379> (дата звернення: 02.07.2024).
3. Сова О.Ю., Кузнецов В.Д. Еволюція системи корпоративної соціальної відповідальності. *Бізнес-навігатор*. 2024. Вип. 2 (75). С. 149–153.
4. Davis K. Can Business Afford to Ignore Corporate Social Responsibilities? *California Management Review*. 1960. № 2. P. 70–76.
5. Friedman M. He Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*. 1970. URL: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-70818-6\\_14](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-70818-6_14) (дата звернення: 02.07.2024).
6. Bowen Howard R. *Social Responsibilities of the Businessman*. N.Y. : Harper & Row, 1953. 298 p.
7. Букреева Д.С., Денисенко К.В. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: евринтеграційний аспект. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1316/1271> (дата звернення: 25.06.2024).
8. Wood Donna J. Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*. 1991. Vol. 16. № 4. P. 691–718.
9. Carroll A.V. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*. 1979. Vol. 4. P. 497–505.
10. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність і проблеми її сприймання суспільством. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. 2013. Вип. 2 (6). С. 6–14.
11. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Пер. з англ. С. Яринич. Київ : Стандарт, 2005. 302 с.
12. Лебедев І.В. Корпоративна соціальна відповідальність як передумова сталого розвитку. *Вісник Донецького університету. Серія: Економіка і право*. 2011. № 2. С. 113–118.

13. Ляшок Я.О. Проблеми розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 10. С. 271–274.
14. Маліновська О.Я. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: етапи становлення. *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України*. 2008. Вип. 18.6. С. 200–204.
15. Mallen B. Corporate social responsibility – What does it mean? First published 8 June 2004. URL: <http://www.mallenbaker.net/csr/definition.php> (дата звернення: 28.06.2024).
16. Freeman R. Edward, Ramakrishna Velamuri S., Moriarty B. Corporate Stakeholder Responsibility: A New Approach to CSR. Business Roundtable Institute for Corporate Ethics, 2006. 77 p.
17. Hopkins M. Definition of Corporate Social Responsibility. URL: <http://mhcinternational.com/articles/definition-of-csr> (дата звернення: 03.07.2024).
18. Зибарева О.В., Вербівська Л.В. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті сталого розвитку підприємства. *Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. 2017. Вип. IV (68). С. 20–35.
19. Зінченко О.І., Хімченко А.М. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку. *Бізнес-інформ*. 2013. № 4. С. 281–286.
20. Smith A. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. University of Chicago Press; UK ed. edition, 1977. 1152 p.
21. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.
22. Hart S.L. A Natural-Resource-Based View of the Firm. *Academy of Management Review*. 1995. № 20 (4). P. 986–1012.
23. Мостепанюк А.В. Сутність, принципи та методи реалізації корпоративної соціальної відповідальності в сучасній ринковій економіці. *Бізнес Інформ*. 2019. № 11. С. 13–22.
24. Попадюк О.В., Лучик О.І. Принципи та механізм соціальної відповідальності в умовах стратегічного управління підприємством. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 36. С. 235–246.
25. Петришина Н.В. Пріоритетні галузі економіки України: стан та перспективи розвитку. *Економіка і право*. 2015. Вип. 27. С. 136–145.
26. Пігуль Н.Г. Соціальна інфраструктура: функціональне призначення та особливості розвитку. *Економічний аналіз: збірник наукових праць*. 2014. Т. 16. № 1. С. 117–122.
27. Павлюк К.В., Павлюк С.М. Сутність і роль державно-приватного партнерства в соціально-економічному розвитку держави. *Наукові праці КНТУ. Економічні науки*. 2010. Вип. 17. С. 10–19.

#### References:

1. Antoshhenkova V. V., Dejnegha M. V. (2023) Istoryko-teoretychni aspekty korporatyvnoji socialjnoji vidpovidalnosti [Historical and theoretical aspects of corporate social responsibility]. *Scientific Notes: a Collection of Scientific Papers*, vol. 30, pp. 6–14. (in Ukrainian)
2. Irshak O., Kolomijecij O., Cherepanyn A. (2024) Vidy korporatyvnoji socialjnoji vidpovidalnosti v konteksti dosjaghnennja Cilej stalogho rozvytku [Types of corporate social responsibility in the context of achieving the Sustainable Development Goals]. *Economy and Society*, vol. 59. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3379> (accessed July 2, 2024). (in Ukrainian)
3. Sova O. Ju., Kuznjecov V. D. (2024) Evoljucija systemy korporatyvnoji socialjnoji vidpovidalnosti [Evolution of the system of corporate social responsibility]. *Business Navigator*, vol. 2 (75), pp. 149–153. (in Ukrainian)
4. Davis K. (1960) Can Business Afford to Ignore Corporate Social Responsibilities? *California Management Review*, no. 2, pp. 70–76.
5. Friedman M. (1970) He Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*. Available at: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-70818-6\\_14](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-70818-6_14) (accessed July 2, 2024).
6. Bowen Howard R. (1953) Social Responsibilities of the Businessman. N.Y.: Harper & Row.
7. Bukrejevka D. S., Denysenko K. V. (2022) Socialjna vidpovidalnistj biznesu jak osnova zabezpechennja dilovoji aktyvnosti pidpryjemstv: jevointegracijnyj aspect [Social responsibility of business as a basis for ensuring the business activity of enterprises: European integration aspect]. *Economy and Society*, no. 38. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1316/1271> (accessed June 25, 2024). (in Ukrainian)
8. Wood Donna J. (1991) Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, vol. 16, no. 4, pp. 691–718.
9. Carroll A. B. (1979) A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, vol. 4, pp. 497–505.
10. Kolot A. M. (2013) Korporatyvna socialjna vidpovidalnistj i problemy jiji spryjmannja suspiljstvom [Corporate social responsibility and problems of its perception by society]. *Social Labor Relations: Theory and Practice*, vol. 2 (6), pp. 6–14. (in Ukrainian)
11. Kotler F., Li N. (2005) Korporatyvna socialjna vidpovidalnistj. Jak zrobyty jakomogha biljshe dobra dlja vashoji kompaniji ta suspiljstva [Corporate social responsibility. How to do as much good as possible for your company and society] / Per. z anghl. S. Jarynych. Kyiv: Standart. (in Ukrainian)
12. Lebedjev I. V. (2011) Korporatyvna socialjna vidpovidalnistj jak peredumova stalogho rozvytku [Corporate social responsibility as a prerequisite for sustainable development]. *Bulletin of Donetsk University. Series: Economy and law*, no. 2, pp. 113–118. (in Ukrainian)
13. Ljashok Ja. O. (2016) Problemy rozvytku socialjnoji vidpovidalnosti biznesu v Ukrajinі [Problems of the development of social responsibility of business in Ukraine]. *Black Sea Economic Studies*, vol. 10, pp. 271–274. (in Ukrainian)
14. Malinovsja O. Ja. (2008) Socialjna vidpovidalnistj biznesu v Ukrajinі: etapy stanovlennja [Social responsibility of business in Ukraine: stages of formation]. *Scientific Bulletin of the National Forestry University of Ukraine*, vol. 18.6, pp. 200–204. (in Ukrainian)
15. Mallen B. (2004) Corporate social responsibility – What does it mean? Available at: <http://www.mallenbaker.net/csr/definition.php> (accessed June 28, 2024).
16. Freeman R. Edward, Ramakrishna Velamuri S., Moriarty B. (2006) Corporate Stakeholder Responsibility: A New Approach to CSR. Business Roundtable Institute for Corporate Ethics.
17. Hopkins M. Definition of Corporate Social Responsibility. Available at: <http://mhcinternational.com/articles/definition-of-csr> (accessed July 3, 2024).
18. Zybareva O. V., Verbivsjka L. V. (2017) Korporatyvna socialjna vidpovidalnistj v konteksti stalogho rozvytku pidpryjemnyctva [Corporate social responsibility in the context of sustainable development of entrepreneurship]. *Scientific Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute of KNTEU*, vol. IV (68), pp. 20–35. (in Ukrainian)
19. Zinchenko O. I., Khimchenko A. M. (2013) Korporatyvna socialjna vidpovidalnistj v Ukrajinі: suchasni realiji ta perspektvy rozvytku [Corporate social responsibility in Ukraine: modern realities and development prospects]. *Business Inform*, no. 4, pp. 281–286. (in Ukrainian)

20. Smith A. (1977) *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. University of Chicago Press; UK ed. edition.
21. Okhrimenko O. O., Ivanova T. V. (2015) Socialjna vidpovidalnistj: navch. posib. [Social responsibility: a study guide]. National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute». (in Ukrainian)
22. Hart S. L. (1995) A Natural-Resource-Based View of the Firm. *Academy of Management Review*, no. 20 (4), pp. 986–1012.
23. Mostepanjuk A. V. (2019) Sutnistj, pryncypy ta metody realizaciji korporatyvnoji socialjnoji vidpovidalnosti v suchasnij rynkovij ekonomici [The essence, principles and methods of implementing corporate social responsibility in the modern market economy]. *Business Inform*, no 11, pp. 13–22. (in Ukrainian)
24. Popadjuk O. V., Luchyuk O. I. (2019) Pryncypy ta mekhanizm socialjnoji vidpovidalnosti v umovakh strategichnogho upravlinnja pidpryjemstvom [Principles and mechanism of social responsibility in terms of strategic enterprise management]. *Market Infrastructure*, vol. 36, pp. 235–246. (in Ukrainian)
25. Petryshyna N. V. (2015) Priorytetni ghaluzi ekonomiky Ukrajiny: stan ta perspektyvy rozvytku [Priority sectors of the economy of Ukraine: state and development prospects]. *Economy and Law*, vol. 27, pp. 136–145. (in Ukrainian)
26. Pighulj N. Gh. (2014) Socialjna infrastruktura: funkcionaljne pryznachennja ta osoblyvosti rozvytku [Social infrastructure: functional purpose and features of development]. *Economic Analysis: Collection of Scientific Papers*, vol. 16, no. 1, pp. 117–122. (in Ukrainian)
27. Pavljuk K. V., Pavljuk S. M. (2010) Sutnistj i rolj derzhavno-pryvatnogho partnerstva v socialjno-ekonomichnomu rozvytku derzhavy [The essence and role of public-private partnership in the socio-economic development of the state]. *Scientific Works of KNTU. Economic Sciences*, vol. 17, pp. 10–19. (in Ukrainian)

**Shuliuk Bohdana**

**Petrushka Olena**

West Ukrainian National University

## CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONTEXT OF IMPLEMENTING THE PRIORITIES OF THE STATE FINANCIAL POLICY

### Summary

The author substantiates the expediency of intensifying partnerships between public authorities (local self-government) and business entities to improve financing of infrastructure facilities. The article highlights the interpretation of the concept of «corporate social responsibility» by Ukrainian and foreign scholars, which made it possible to formulate the author's own interpretation of this concept as a commitment by business to address environmental and social problems of public authorities or local self-government on a voluntary basis. The article generalizes conceptual approaches to disclosing the content of the above definition, in particular, from the standpoint of instrumental, political, integrative, ethical and stakeholder approaches. It is found that the instrumental approach considers corporate social responsibility as a means of making a profit by an enterprise. The political approach is based on the allocation of corporate citizenship and corporate constitutionalism. The integrative approach considers the need to include social needs in the circle of business interests. The ethical approach focuses on ethical issues that affect the relationship between business and the state and society. According to the stakeholder approach, the main goal of an entrepreneur – profit maximization – cannot be fully achieved without taking into account the interests of stakeholders. The article presents the main components of corporate social responsibility implementation, which include values, principles, forms, methods and evaluation of the results obtained. The author identifies the priority areas of cooperation between the state and business, in particular those that meet the needs of society for quality educational, health and cultural services, high-tech environmentally friendly products, and the creation of new jobs. It is argued that in the context of a constant shortage of budget funds, the synergy of cooperation with business will contribute to the welfare of the population, improve the environment and create favorable conditions for the development of entrepreneurship.

**Keywords:** public authorities, local governments, business entities, corporate social responsibility, state financial policy, priority areas of activity.

## РОЗДІЛ 4 МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 004:614

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-101-6>

Бачук О. Р.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

### ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ В СИСТЕМІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Стаття присвячена аналізу цифрової трансформації в системі охорони здоров'я, яка є стратегічним імперативом для покращення якості медичних послуг, підвищення ефективності та зменшення витрат. Цифрова трансформація включає впровадження електронних медичних записів, телемедицини, штучного інтелекту та аналізу великих даних, що оптимізує клінічні та управлінські процеси, покращуючи координацію медичних послуг та зменшуючи кількість помилок у діагностиці та лікуванні. Дослідження зосереджено на з'ясуванні того, як цифрова трансформація може доповнити, а не замінити, взаємодію людей у сфері надання медичних послуг, вирішуючи питання порушення зв'язку між пацієнтом і постачальником та розбіжності в цифровій грамотності. Розглянуто економічні наслідки цифрової трансформації, включаючи аналіз вигод та ризиків, а також потенціалу економії коштів завдяки спрощеним робочим процесам і оптимізованому розподілу ресурсів. Стаття також аналізує потенціал цифрових інструментів для розширення доступу до медичної допомоги в недостатньо обслуговуваних громадах, сприяючи рівності доступу до послуг у системі охорони здоров'я.

**Ключові слова:** цифрова трансформація, охорона здоров'я, телемедицина, штучний інтелект, великі дані.

**Постановка проблеми.** Сучасний ландшафт охорони здоров'я переживає період глибокої трансформації, зумовленої прискороною інтеграцією цифрових технологій [3; 8; 18; 28]. Ця зміна парадигми відома як цифрова трансформація, яка виходить за рамки простого впровадження технологій. Це стратегічний імператив, який може докорінно змінити надання медичних послуг, оптимізувати клінічні результати та розширити можливості пацієнтів.

Сфера цифрової трансформації в охороні здоров'я, що розвивається, пропонує сприятливий ґрунт для наукових досліджень із потенціалом для революції в наданні медичної допомоги, оптимізації результатів для пацієнтів і забезпечення стійкості екосистем охорони здоров'я. Ця дослідницька сфера дає чудову можливість вирішити важливі питання, які формуватимуть майбутнє охорони здоров'я. Підтвердженням значущості цифрових технологій у медицині є інвестиції у цей сектор. На рис. 1 представлена структура інвестицій у різні сфери медицини у 2021 році, що засвідчує величезний потенціал цього ринку для подальшого розвитку.

Ключовим питанням при цьому є те, щоб цифрова трансформація доповнювала, а не замінювала взаємодію людей у сфері надання медичних послуг. Відповідно, дослідження у цій сфері мають бути спрямовані на вивчення стратегії підтримки орієнтованого на людину підходу до догляду, вирішуючи потенційні проблеми, як-от порушення зв'язку між пацієнтом і постачальником послуг і розбіжності в цифровій грамотності [5; 21]. Отже, науковий пошук у цій сфері має полягати в тому, щоб використовувати цифрові технології для посилення, а не витіснення життєво важливої ролі медичних працівників. На рис. 2 представлено порівняльний аналіз традиційної та цифрової медицини, який демонструє, що побудова індивідуальної траєкторії лікування має більше перспектив саме при застосуванні цифрових технологій.

Розуміння економічних наслідків цифрової трансформації в охороні здоров'я є надзвичайно важливим. Серед пріоритетних аспектів слід визначити аналіз витрат і вигод, дослідження потенціалу економії коштів за рахунок спрощених робочих процесів і оптимізованого розподілу ресурсів. Крім того, уваги заслуговує виявлення потенціалу використання цифрових інструментів для розширення доступу до медичної допомоги в громадах, які недостатньо обслуговуються, сприяючи рівному доступу до послуг в охороні здоров'я та гарантуючи, що переваги цифрової трансформації охоплять усі групи населення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання цифрової трансформації є комплексним та багатоаспектним, особливо для системи охорони здоров'я. Наприклад, загальні положення визначення поняття цифрової трансформації досліджували Hesse B.W. [13], Gong C. & Ribiere V. [12], Stoumpos A.I., Kitsios F. & Talias M.A. [26], Massaro M. [19], Raimo N., De Turi I., Albergo F. & Vitolla F. [23]. Питання впровадження цифрових ресурсів у медичну сферу розглядали Hsiao C.J., Hing E. & Ashman J. [14], Kvedar J., Coye M.J., Everett W. [18], Ashley E.A. [3], Char D.S., Shah N.H. & Magnus D. [6], Buntin M. та ін. [5], Biancone та ін. [4].

Впровадження телемедицини досліджували Dorsey E.R. & Topol E.J. [9], Koonin та ін. [16], Sims S., Reed J.E. & Weaver T. [25]. Застосування штучного інтелекту та BigData у медицині розглядали у своїх наукових працях Wang F., Casalino L.P. & Khullar D. [30], Raghupathi W. & Raghupathi V. [22], Topol E.J. [28]. Запровадження електронних карток та цифровізації інформації у закладах охорони здоров'я розглядали Fernandez-Marcelo P.G. та ін. [10], Cresswell K. M., Worth A. & Sheikh A. [7], Adler-Milstein J. & Jha A.K. [1].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Важливим питанням, яке потребує подальшого наукового обґрунтування

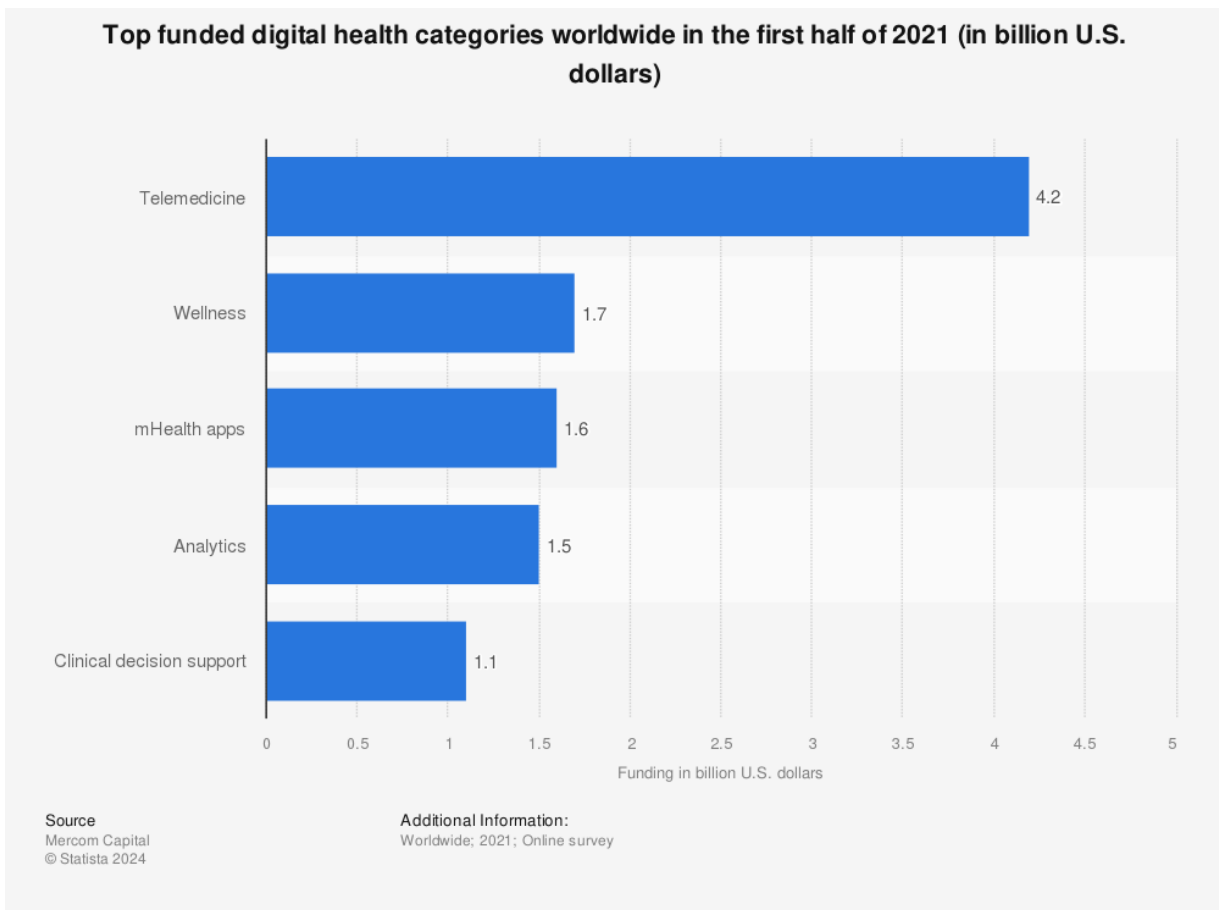


Рис. 1. Цифрові категорії охорони здоров'я, які найбільше фінансуються, у першій половині 2021 року (млрд дол. США)

Джерело: [27]

Традиційна медицина	Цифрова медицина
Прямі стосунки між пацієнтом і лікарем	Інтерфейс пацієнт-машина-лікар
Стандартизована допомога на основі досвіду лікаря та нестандартного клінічного робочого процесу: симптоми, клінічні ознаки, допоміжні медичні обстеження, діагноз і план лікування	Індивідуалізована допомога, точна медицина з нетрадиційним робочим процесом: масовий скринінг, раннє доклінічне або безсимптомне діагностування, діагностування на основі ймовірності, прогностичні технології та підтримка прийняття рішень для лікарів
Надання допомоги або обстеження в клініці або лабораторії	Надання допомоги або обстеження може варіюватися, якщо пацієнт присутній
Дані належать і ними діляться кілька зацікавлених сторін, включаючи пацієнта	Дані належать установам/лікарям
Лікар як головний гравець, який ставить діагноз і призначає план лікування	Лікар як консультант, провідник або співробітник з активним внеском пацієнта у прийняття рішень

Рис. 2. Відмінності між традиційною та цифровою охороною здоров'я

Джерело: [20]

й дослідження, є поглиблення розуміння цифрової трансформації у системі охорони здоров'я, що значно покращить процес розуміння стратегічних напрямів її подальшої цифрової трансформації.

**Мета дослідження** полягає у визначенні актуальних аспектів цифрової трансформації у системі охорони здоров'я в умовах сучасних глобальних перетворень.

**Виклад основного матеріалу.** Цифрова трансформація в охороні здоров'я – це інтеграція цифрових технологій у всі аспекти надання та управління медичними послугами, що докорінно змінює традиційні практики з метою покращення результатів лікування пацієнтів, підвищення ефективності та зменшення витрат. Для концептуального обґрунтування цього поняття потрібно чітко зрозуміти з чого складається його змістове наповнення, що передбачає урахування наступних елементів [30]:

1. Визначення повинні бути формально сформульовані з використанням примітивних та похідних термінів.

2. Кожне поняття має бути однозначно визначене. Формальні концептуальні визначення повинні якомога точніше відповідати його конотації.

3. Визначення повинні включати лише однозначні та зрозумілі терміни.

4. Дефініції повинні мати якомога менше термінів у концептуальному визначенні, щоб уникнути порушення чесноти «доброї» теорії.

5. Визначення повинні бути узгодженими в межах галузі. Формальні концептуальні визначення повинні бути максимально схожими в різних дослідженнях.

6. Визначення не повинні розширювати жодного терміну.

7. У визначеннях не можна вводити нові гіпотези.

8. Статистичні тести на валідність змісту повинні проводитися після формального визначення термінів.

У роботі Vial G. «Understanding digital transformation: A review and a research agenda» [29] цифрова трансформація розглядається як процес використання нових цифрових технологій для покращення бізнес-результатів, включаючи підвищення ефективності операцій та створення нових бізнес-моделей.

Schallmo D., Williams C.A. & Boardman L. [24] визначають цифрову трансформацію як конструкт, який включає інтеграцію цифрових технологій у всі аспекти бізнесу, що змінює спосіб його функціонування та надання цінності клієнтам, а також вимагає адаптації організаційної культури.

На наш погляд, найбільш вдалим та повним є визначення цифрової трансформації у роботі Gong C. та Ribiere V. Developing a unified definition of digital transformation [12] як «процес фундаментальних змін, що забезпечується інноваційним використанням цифрових технологій, що супроводжується стратегічним використанням ключових ресурсів і можливостей, з метою радикального поліпшення діяльності організації та переосмислення її ціннісної пропозиції для зацікавлених сторін». При цьому в якості зацікавлених сторін можуть бути організація, бізнес-мережа, галузь, держава, суспільство.

Отже, узагальнюючи ці підходи, можна визначити цифрову трансформацію як багатогранний процес, що включає інноваційне використання цифрових технологій, інтеграцію цих технологій

у всі аспекти бізнесу, адаптацію організаційної культури, стратегічне управління ресурсами і можливостями. При цьому цифрова трансформація спрямована на радикальне покращення бізнес-процесів, створення нових бізнес-моделей та підвищення цінності, яку організація надає своїм клієнтам та іншим зацікавленим сторонам (стейкхолдерам).

Щодо цифрової трансформації у медицині, то вона відіграє ключову роль у підвищенні ефективності та покращенні якості медичних послуг. Застосування передових цифрових технологій, таких як електронні медичні записи/картки, телемедицина та штучний інтелект (ШІ), дозволяє значно оптимізувати процеси діагностики, лікування та управління пацієнтами. Наприклад, впровадження електронних медичних записів сприяє зниженню помилок у медичних записах, покращує координацію між різними медичними закладами та забезпечує доступ до актуальної інформації про стан пацієнта в режимі реального часу. Водночас, телемедицина розширює можливості надання медичних послуг, особливо у віддалених регіонах, дозволяючи пацієнтам отримувати консультації спеціалістів без необхідності фізичної присутності. Крім того, цифрова трансформація сприяє розвитку персоналізованої медицини, яка базується на аналізі великих обсягів даних (Big Data) та використанні ШІ для розробки індивідуальних планів лікування. Завдяки цьому стає можливим врахування генетичних, екологічних та способу життя факторів кожного пацієнта при виборі оптимальних терапевтичних підходів. Наприклад, алгоритми ШІ можуть прогнозувати ефективність різних методів лікування для конкретного пацієнта, що значно підвищує шанси на успішне одужання. Таким чином, цифрова трансформація у медицині не тільки підвищує якість та доступність медичних послуг, але й сприяє інноваційному розвитку галузі загалом.

Розглянемо більш детально компоненти цифрової трансформації у системі охорони здоров'я (див. таб. 1).

Зазначимо, що цифрова трансформація суттєво впливає на систему охорони здоров'я, сприяючи підвищенню її ефективності, доступності та якості. Інтеграція сучасних цифрових технологій, таких як електронні медичні записи, телемедицина, штучний інтелект і великі дані, дозволяє оптимізувати управлінські та клінічні процеси. Це веде до покращення координації медичних послуг, зменшення кількості помилок у діагностиці та лікуванні, а також підвищення точності прогнозування захворювань. Завдяки цифровій трансформації, медичні заклади можуть ефективніше використовувати ресурси, надаючи пацієнтам більш персоналізовану і своєчасну допомогу, що в кінцевому результаті сприяє покращенню загального рівня здоров'я населення.

Проаналізуємо вплив, який може мати той чи інший компонент цифрової трансформації у системі охорони здоров'я як позитивний чинник цього процесу (див. табл. 2):

Проте не потрібно забувати, що впровадження цифрових ресурсів обумовлює і ряд викликів, які узагальнені у табл. 3.

Аналіз наукових публікацій та досліджень [2; 3; 8; 15; 16; 28] дозволив сформулювати пул майбутніх тенденцій/терендів, які очікують цифрову трансформацію у системі охорони здоров'я у найближчий час. Очікується, що розробка більш складних інструментів штучного інтелекту для

Таблиця 1

## Компоненти цифрової трансформації у системі охорони здоров'я

№	Компонент цифрової трансформації у системі охорони здоров'я	Значення для системи охорони здоров'я	Науковці, які досліджували це питання
1	Електронні медичні картки	це цифрові версії паперових карт пацієнтів, що забезпечують доступ авторизованих користувачів до інформації в режимі реального часу, орієнтованої на пацієнта. Ці записи підвищують точність і ясність медичної документації та полегшують обмін даними між постачальниками медичних послуг, тим самим покращуючи координовану медичну допомогу	[14]
2	Телемедицина	Телемедицина використовує телекомунікаційні технології для дистанційного надання клінічної медичної допомоги. Вона значно розширює доступ до медичної допомоги, особливо в сільській місцевості та районах з недостатнім рівнем обслуговування, і зменшує потребу в особистих візитах, тим самим заощаджуючи час і ресурси	[9]
3	Мобільне здоров'я (mHealth)	Мобільна охорона здоров'я охоплює використання мобільних пристроїв і додатків для моніторингу та управління здоров'ям. Це дозволяє пацієнтам відстежувати показники свого здоров'я і спілкуватися з медичними працівниками, полегшуючи лікування хронічних захворювань і профілактику. Натільні пристрої, зокрема смарт-годинники та фітнес-трекери, відстежують показники здоров'я в режимі реального часу. Вони надають дані про фізичну активність, частоту серцевих скорочень, режим сну та інші життєво важливі показники, допомагаючи в ранньому виявленні потенційних проблем зі здоров'ям і сприяючи проактивному управлінню здоров'ям	[11; 21]
4	Штучний інтелект (ШІ) та машинне навчання	Алгоритми штучного інтелекту та машинного навчання аналізують медичні дані, щоб допомогти в діагностиці, плануванні лікування та прогностичній аналітиці. Ці технології підвищують точність діагностики та персоналізують медицину, одночасно спрощуючи адміністративні завдання, такі як виставлення рахунків і планування	[27]
5	Великі дані та аналітика	Великі дані та аналітика передбачають збір та аналіз величезних обсягів даних про стан здоров'я для виявлення тенденцій та покращення процесу прийняття рішень. Цей підхід підтримує управління здоров'ям населення, прогностичну аналітику та сприяє розвитку досліджень і розробок у медичних галузях	[22]
6	Технологія блокчейн	Технологія блокчейн пропонує безпечні та прозорі рішення для обміну та зберігання даних. Вона підвищує безпеку, конфіденційність і цілісність даних у сфері охорони здоров'я, а також сприяє інтеграції різних систем охорони здоров'я	[2]

Джерело: складено автором на основі [2; 9; 11; 14; 21; 22; 27]

Таблиця 2

## Компонент цифрової трансформації у системі охорони здоров'я

Компоненти цифрової трансформації	Позитивний вплив
Підвищення точності діагностики та лікування	Цифрова трансформація підвищує точність діагностики та лікування за допомогою інформації, що керується даними, дозволяє складати персоналізовані плани лікування на основі всебічного аналізу даних і покращує лікування хронічних захворювань і профілактичне лікування [31].
Підвищена ефективність	Автоматизація адміністративних завдань зменшує навантаження на медичний персонал, оптимізує робочі процеси та покращує управління ресурсами, що призводить до швидшого та ефективнішого надання допомоги пацієнтам [10].
Зниження витрат	Зменшуючи кількість непотрібних тестів і процедур завдяки кращому аналізу даних, знижуючи адміністративні витрати завдяки автоматизації та зменшуючи кількість повторних госпіталізацій, цифрова трансформація сприяє значній економії коштів у сфері охорони здоров'я [5].
Підвищення залученості пацієнтів	Цифрові інструменти надають пацієнтам кращий доступ до інформації про своє здоров'я, дозволяючи їм брати активну участь у лікуванні. Поліпшення комунікації між пацієнтами та постачальниками медичних послуг підвищує прихильність до планів лікування завдяки дистанційному моніторингу та нагадуванням [18].
Кращий доступ до послуг догляду	Телемедицина та mHealth розширюють медичні послуги для віддалених і недостатньо охоплених груп населення, зменшують перешкоди для доступу до спеціалізованої допомоги та підвищують безперервність догляду за пацієнтами [25].

Джерело: складено автором на основі [5; 10; 18; 25; 31]

діагностики та лікування, а також розширення використання штучного інтелекту в персоналізованій медицині та геноміці значно просуваються [28]. Крім того, застосування послуг телемедицини після пандемії та інтеграція телемедицини в стандартну практику медичного обслуговування, ймовірно, продовжить розвиватися [16]. Планується більш широке використання генетичних і молекулярних даних для адаптації лікування, а також прогрес у геноміці та біотехнології, що

сприятиме розвитку точної медицини [3]. Використання пристроїв Інтернету речей (IoT) в охороні здоров'я покращить віддалений моніторинг і збір даних у реальному часі [15]. Очікуваними майбутніми тенденціями є збільшення використання блокчейну для безпечного обміну даними та управління ними, а також розвиток децентралізованих інформаційних систем охорони здоров'я [2].

**Висновки з проведеного дослідження.** Отже, цифрова трансформація в охороні здоров'я змінює

## Виклики цифрової трансформації системи охорони здоров'я

Виклики цифрової трансформації системи охорони здоров'я	Опис викликів
Безпека даних та їх конфіденційність	Забезпечення безпеки конфіденційної медичної інформації та дотримання нормативних актів, таких як НІРАА, є критичними проблемами. Захист від кіберзагроз і витоку даних має першочергове значення [17].
Поєднання різних цифрових ресурсів	Інтеграція різних цифрових систем і технологій охорони здоров'я, стандартизація форматів даних і подолання роз'єднаних даних у сфері охорони здоров'я є суттєвими перешкодами для досягнення безперервної сумісності [1].
Вартість впровадження	Високі початкові інвестиції в технології та інфраструктуру, навчання персоналу охорони здоров'я використанню нових технологій та управління переходом від застарілих систем до цифрових платформ становлять значні проблеми [7].
Регуляторні та етичні питання	Навігація складним нормативним ландшафтом, вирішення етичних питань, пов'язаних зі штучним інтелектом і використанням даних, а також забезпечення справедливого доступу до цифрових технологій охорони здоров'я є критично важливими міркуваннями [6].

Джерело: складено автором на основі [1;6; 7; 17]

форму галузі, пропонуючи численні переваги, водночас створюючи виклики, які необхідно вирішити. Постійний розвиток цифрових технологій обіцяє подальшу революцію в наданні медичної допомоги та покращення результатів лікування пацієнтів. Цифрова трансформація системи охорони здоров'я має значний вплив на ефективність та якість медичних послуг. Впровадження електронних медичних карток, телемедицини та штучного інтелекту (ШІ) дозволяє оптимізувати процеси діагностики, лікування та управління пацієнтами, що сприяє покращенню результатів лікування та зниженню витрат. Цифрові інструменти підвищують точність діагностики та дозволяють складати персоналізовані плани лікування на основі аналізу великих обсягів даних. Важливим аспектом є також розширення можливостей пацієнтів завдяки доступу до інформації про своє здоров'я та покращенню комунікації з медичним персоналом.

Подальші дослідження в сфері цифрової трансформації охорони здоров'я повинні зосередитися на розробці більш складних інструментів штучного інтелекту для діагностики та лікування, а також на розширенні використання ШІ в персоналізованій медицині та геноміці. Важливо також дослідити інтеграцію телемедицини в стандартну практику медичного обслуговування та розширення використання генетичних і молекулярних даних для адаптації лікування. Використання пристроїв Інтернету речей (IoT) для віддаленого моніторингу та збору даних у реальному часі відкриває нові можливості для покращення медичних послуг. Окрім того, зростає значення блокчейну для безпечного обміну даними та розвитку децентралізованих інформаційних систем охорони здоров'я. Ці напрямки досліджень можуть суттєво змінити підходи до надання медичної допомоги, оптимізувати результати для пацієнтів та забезпечити стійкість екосистем охорони здоров'я.

## Список використаних джерел:

- Adler-Milstein J., Jha A. K. HITECH Act Drove Large Gains In Hospital Electronic Health Record Adoption. *Health Affairs*. 2017. № 36(8). P. 1416–1422.
- Agbo C.C., Mahmoud Q.H., Eklund J.M. Blockchain technology in healthcare: A systematic review. *Healthcare*. 2019. № 7(2). P. 56.
- Ashley E.A. The precision medicine initiative: A new national effort. *JAMA*. 2016. № 315(8). P. 795–796.
- Biancone P., Secinaro S., Marseglia R., Calandra D. E-health for the future. Managerial perspectives using a multiple case study approach. *Technovation*. 2023. № 120.
- Buntin M.B., Burke M.F., Hoaglin M.C., Blumenthal D. The benefits of health information technology: A review of the recent literature shows predominantly positive results. *Health Affairs*. 2011. № 30(3). P. 464–471.
- Char D.S., Shah N.H., Magnus D. Implementing machine learning in health care – addressing ethical challenges. *New England Journal of Medicine*. 2018. № 378(11). P. 981–983.
- Cresswell K.M., Worth A., Sheikh A. Implementing and adopting electronic health record systems: How actor-network theory can support evaluation. *Clinical Governance: An International Journal*. 2013. № 18(2). P. 106–113.
- Dal Mas F., Massaro M., Ripa P., Secundo G. The challenges of digital transformation in healthcare: An interdisciplinary literature review, framework, and future research agenda. *Technovation*. 2023. № 123.
- Dorsey E.R., Topol E.J. State of telehealth. *New England Journal of Medicine*. 2016. № 375(2). P.154–161.
- Fernandez-Marcelo P.G., Bernabe P.M.B., Bonito S.R., Medina P.B.A framework for the development of interoperability standards for electronic health records: A systematic review. *Studies in Health Technology and Informatics*. 2016. № 225. P. 232–236.
- Free C., Phillips G., Watson L., Galli L., Felix L., Edwards P., Patel V., Haines A. The effectiveness of mobile-health technology-based health behaviour change or disease management interventions for health care consumers: A systematic review. *PLOS Medicine*. 2013. № 10(1).
- Gong C., Ribiere V. Developing a unified definition of digital transformation. *Technovation*. 2021. № 102.
- Hesse B. W. Riding the Wave of Digital Transformation in Behavioral Medicine. *Annals of behavioral medicine : a publication of the Society of Behavioral Medicine*. 2020. № 54(12). P. 960–967. DOI: <https://doi.org/10.1093/abm/kaa093>
- Hsiao C.J., Hing E., Ashman J. Trends in Electronic Health Record System Use Among Office-based Physicians: United States, 2007-2012. *National Health Statistics Reports*. 2014. № 75. P. 1–18.
- Islam S.M.R., Kwak D., Kabir M.H., Hossain M., Kwak K.S. The Internet of Things for health care: A comprehensive survey. *IEEE Access*. 2015. № 3. P. 678–708.
- Koonin L.M., Hoots B., Tsang C.A., Leroy Z., Farris K., Jolly B., Antall P., McCabe B., Zelis C.B., Tong I., Harris A. M. Trends in the use of telehealth during the emergence of the COVID-19 pandemic – United States, January-March 2020. *MMWR. Morbidity and Mortality Weekly Report*. 2020. № 69(43). P. 1595–1599.
- Kruse C.S., Frederick B., Jacobson T., Monticone D.K. Cybersecurity in healthcare: A systematic review of modern threats



- and trends. *Technology and Health Care*. 2017. № 25(1). P. 1–10.
18. Kvedar J., Coye M. J., Everett W. Connected health: A review of technologies and strategies to improve patient care with telemedicine and telehealth. *Health Affairs*. 2014. № 33(2). P. 194–199.
  19. Massaro M. Digital transformation in the healthcare sector through blockchain technology. Insights from academic research and business developments. *Technovation*. 2023. № 120.
  20. Mesky B., Drobni Z., Bányei Ў., Gergely B., Györfy Z. Digital health is a cultural transformation of traditional healthcare. *mHealth*. 2017. № 3(38). DOI: <https://doi.org/10.21037/mhealth.2017.08.07>
  21. Piwek L., Ellis D.A., Andrews S., Joinson A. The rise of consumer health wearables: Promises and barriers. *PLOS Medicine*. 2016. № 13(2).
  22. Raghupathi W., Raghupathi V. Big data analytics in healthcare: Promise and potential. *Health Information Science and Systems*. 2014. № 2(1). P. 3.
  23. Raimo N., De Turi I., Albergo F., Vitolla F. The drivers of the digital transformation in the healthcare industry: An empirical analysis in Italian hospitals. *Technovation*. 2023. № 121.
  24. Schallmo D., Williams C.A., Boardman L. Digital Transformation of Business Models: Best Practices, Enablers and Roadmap. Springer International Publishing. 2019. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-72844-5\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-72844-5_1)
  25. Sims S., Reed J.E., Weaver T. Telehealth in practice: What capacity do we need? *Journal of the Royal Society of Medicine*. 2020. № 113(4). P. 148–151.
  26. Stoumpos A.I., Kitsios F., Talias M.A. Digital transformation in healthcare: technology acceptance and its applications. *International journal of environmental research and public health*. 2023. № 20(4).
  27. Top funded digital health categories worldwide in the first half of 2021. *STATISTA*. URL: <https://www.statista.com/statistics/736163/top-funded-health-it-technologies-worldwide/>
  28. Topol E.J. High-performance medicine: The convergence of human and artificial intelligence. *Nature Medicine*. 2019. № 25(1). P. 44–56.
  29. Vial G. Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*. 2019. № 28(2). P. 118–144. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
  30. Wacker J.G. A theory of formal conceptual definitions: developing theory-building measurement instruments. *Journal of Operations Management*. 2004. № 22(6). P. 629–650.
  31. Wang F., Casalino L.P., Khullar D. Deep learning in medicine –promise, progress, and challenges. *JAMA Internal Medicine*. 2018. № 178(11). P. 1464–1469.

## Bachuk Oleksii

V.N. Karazin Kharkiv National University

### DIGITAL TRANSFORMATION IN THE HEALTH CARE SYSTEM

#### Summary

This article examines the digital transformation in healthcare, a strategic imperative aimed at enhancing the quality of medical services, improving efficiency, and reducing costs. Digital transformation involves the integration of electronic health records, telemedicine, artificial intelligence (AI), and big data analytics to optimize clinical and administrative processes, thereby improving service coordination and reducing diagnostic and treatment errors. The research focuses on ensuring digital transformation complements rather than replaces human interaction in healthcare, addressing issues such as patient-provider communication and digital literacy disparities. The economic implications, including cost-benefit analysis and resource optimization, are explored, highlighting the potential for significant cost savings. Additionally, the article discusses the potential of digital tools to expand access to healthcare in underserved communities, promoting health equity. The study delves into how these technologies can support a patient-centered approach to care, tackling challenges like disrupted patient-provider relationships and disparities in digital skills. Emphasizing the enhancement rather than displacement of healthcare professionals' roles, the article compares traditional and digital healthcare methods, illustrating the advantages of personalized treatment pathways enabled by digital technologies. Understanding the economic impact of digital transformation is crucial, as the study examines the potential for cost savings through streamlined processes and optimized resource allocation. Furthermore, the research investigates how digital tools can increase access to medical care in underserved areas, ensuring that the benefits of digital transformation are inclusive. The article provides a comprehensive overview of the key components, impacts, challenges, and future trends of digital transformation in healthcare, offering valuable insights for shaping the future of medical services. The article also examines the potential of digital tools to expand access to medical care in underserved communities, promoting healthcare equity.

**Keywords:** digital transformation, healthcare, telemedicine, artificial intelligence, Big Data.

UDC 338.242.2

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-101-7>**Biloblovskiy Sviatoslav**

Educational and Scientific Institute of Management, Economics and Business  
 Private Joint-Stock Company "Higher education institution  
 "Interregional Academy of Personnel Management"  
 ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1635-8093>

**DATA MANAGEMENT AND THE CONCEPT OF BIG DATA IN SUSTAINABILITY REPORTING****Summary**

This article explores the interdependence between management control systems, sustainable development integration, and financial reporting. It highlights the necessity of incorporating Big Data and Big Data Analytics to enhance informed decision-making, especially in the context of sustainability reporting. The study emphasizes the benefits of Big Data, including improved efficiency, risk reduction, and competitive advantages, while also addressing the challenges such as data fragmentation and the difficulty of interpreting unstructured data. Recommendations include investing in education and training to develop necessary skills and fostering data partnerships to achieve sustainability goals. The research provides practical insights and empirical evidence on the successful integration of Big Data into management systems for enhanced organizational performance and sustainable development.

**Keywords:** Big Data, Big Data Analytics, management information system, data management system, sustainable reporting.

**Statement of the problem.** In the world of today, where information is becoming an increasingly valuable asset, the issue of effective data management and analytics is becoming particularly relevant. This also applies to management reporting, where the use of Big Data and Big Data Analytics tools is becoming a key factor in making informed management decisions.

This need is especially acute in the context of the ever-growing challenges of sustainability reporting. Organisations are forced not only to compile relevant reports, but also to demonstrate their impact on the environment, social sphere and corporate governance.

Traditional data processing methods cannot always cope with the large amounts of information generated by sustainability reporting. Big Data and Big Data Analytics tools allow collecting, analysing and visualising data from various sources, providing organisations with valuable insights into their operations and their impact on stakeholders.

This study focuses on the issues of applying Big Data and Big Data Analytics in the context of building a management reporting information system for organisations seeking to report effectively on sustainable development.

**Analysis of recent research and publications.** The research on the chosen topic is based on the scientific works of leading scientists, experts and scholars who deal with the issue of defining the nature of the concept of Big Data and the problems of data processing and management.

Thus, in the context of developing a data management system, an important aspect is to define the root concept of such a system as Big Data. According to the study by De Mauro A. et al. [1], the following definition of this term is proposed: "Big Data is an information asset characterised by such a large volume, velocity and variety that it requires special technologies and analytical methods to transform it into value". As defined by Zikopoulos P. and Eaton C. [2], Big Data is a large set of data that traditional DBMS (database management system) tools are unable to process.

The analysis of literature sources shows numerous definitions of Big Data, but according to Elia G. et al. [3], the peculiarity of this concept is the lack of a common theoretical framework in the

disciplines of management and a high level of inter-disciplinarity.

Goran J. et al. [4] points out that cultural aspects are one of the main barriers to data analytics implementation in business, emphasising the importance of executive support and a favourable corporate culture for the successful integration of data into decision-making processes. Executives must be proactive in shaping and assessing culture, approaching it with the same rigour and discipline they approach operational transformation.

Bean R. [5] notes that problems with the human factor and organisational change significantly complicate the transition to a data-centric organisation. In particular, he emphasises the need to invest in education and training of employees to develop the necessary skills.

Goasduff L. [6] emphasises that technological issues are often not the main obstacles; instead, organisations should focus on change management, communication and developing a data-centric culture. Most executives recognise that their organisations are not managing their information assets properly, resulting in missed business opportunities and excessive costs. As part of creating a data-centric culture, data leaders must be responsible for changing the culture to drive transformation. But they can't just tell people to change their culture – they must inspire people to believe that change is necessary.

As Akerkar R. [7] points out, the main difficulties of big data are data, process, and governance challenges.

However, the dynamic nature of the evolving digital technologies and their continuously growing impact on the transformation processes both in society as a whole and on the activities of organisations require further in-depth research in this area. One of the key areas that require further study is the use of the Big Data concept in the context of building a management decision-making system and the challenges of reporting on sustainable development.

**Highlighting previously unresolved parts of the overall problem.** This study highlights several unresolved issues in integrating Big Data into management systems for sustainability reporting. Key challenges include data fragmentation, which complicates achieving a unified data view, and difficulties in

interpreting unstructured data. Additionally, many organisations struggle with real-time data analytics and face significant cultural and organizational barriers to adopting Big Data technologies. The shortage of skilled professionals further hampers effective use, while ensuring data quality remains a critical concern. Establishing effective data partnerships, integrating management systems, and managing the high costs and evolving sustainability reporting requirements also present ongoing challenges. Addressing these issues is essential for organisations to make informed, data-driven decisions and achieve sustainability goals.

**Objectives of the article.** The objective of the article is to study and systematise knowledge on the use of Big Data and Big Data Analytics tools in the context of building a management reporting system for organisations aiming to effectively report on sustainable development. The research goal is to determine the peculiarities of using Big Data and Big Data Analytics in the management reporting information system for reporting purposes in general and sustainable development in particular. For this purpose, the challenges and opportunities associated with the implementation of Big Data and Big Data Analytics in this area were identified and analysed.

The expected results are a scientific justification of the feasibility of using Big Data and Big Data Analytics for sustainability reporting, development of recommendations for their implementation to facilitate the reporting process. In addition, the practical experience of using Big Data and data management systems for reporting was systematised and the prospective directions of Big Data and Big Data Analytics development in the context of management accounting and reporting management information systems were analysed.

**Summary of the main material.** A management accounting information system is not only an information system but also a management control system. The main characteristics of an information system are data entry, sorting and processing, as well as generation and output of information, while a management control system is a system designed to achieve specific organisational objectives [8].

Management accounting is one of the pillars of the organisation's accounting work. In the context of the development of Big Data, the acceleration of the combination of information technology and management accounting contributes to the efficiency of the overall management of the enterprise and ensures the rationality and effectiveness of the formulation of the overall strategic goals of the enterprise. The management accounting information system includes several modules. The budget management and cost management modules help to simplify the work of management accounting. At the same time, this set of information systems can also provide a theoretical basis for decision-making and management for managers of various business units. The development of a new enterprise management accounting information system deeply integrates the operations of the organisation with current big data and realises the transformation and modernisation of the financial work of the organisation.

Financial integration means the timely exchange of data sources such as business flows, capital flows and information flows between business and finance departments through information technology and tools, and joint management activities such as planning, decision-making, controlling and evaluating

based on value objectives to ensure the realisation of the enterprise value creation process. The enterprise value creation process consists of value-adding activities. These value-added strategies constitute the enterprise value chain, including the core activities, i.e. the main production and operational links, such as preparation, production, sales, etc., as well as personnel, procurement, and so on. Technology development and other supporting activities are the main nodes in the enterprise value chain; they provide the starting point for an enterprise to realise the integration of production and finance. The integration of production and finance should overcome the limitations of each link, reduce the cost of each link, realise the synergy of each link, focus on the overall strategic plan of the enterprise, and complete the value creation of the enterprise.

Internal enterprise data mainly comes from business activities and is transferred to the finance department for processing. Through the integration of production and finance, the automatic interconnection and linking between the business system and the financial system is ensured, which improves the timeliness of information and feedback, ensures the synchronisation of business processes, capital flows and data circulation, and then guarantees the quality of the underlying data and the logical consistency between business and financial data from the original source.

By using data collection technology, the huge amounts of data generated in the dimensional business can be efficiently processed by building a data collection model and data warehouse, thereby reducing the measurement error of the business to the standard range and improving the efficiency of business valuation [9].

Three characteristics are crucial for the concept of Big Data: volume, variety and velocity (the so-called 3 Vs), one of the first to formalise them was Laney D. [10]. Below is a brief description of each of the characteristics, based on the analysis of research in the field of data management:

– *Volume*: Big Data refers to data sets that are so large that they are difficult to process using traditional methods. The amount of data stored today is growing rapidly, and the quantitative measurement of the volume is not constant, but this characteristic captures the essence of the concept of Big Data.

– *Variety*: Big Data includes data from different sources and in different formats, such as structured, unstructured and semi-structured. Structured data is organised in tables, like in databases, unstructured data has no clear structure (e.g. text, images, video), and semi-structured data has a certain structure, but not a rigidly defined one (e.g. XML, JSON). In fact, it is data that is a combination of both of the previous types, i.e. it cannot be categorised in the conventional way.

– *Velocity*: Big Data is generated and collected very fast, which requires appropriate processing and analysis. It can be a real-time data stream or data that is updated very frequently.

In some cases, the defining characteristics also include such categories as:

– *Veracity*: The "truth" or accuracy of data and information assets, which often determines trust at the executive level;

– *Value*: the most important characteristic from a business perspective – the value of Big Data usually lies in identifying information and recognising patterns, which leads to increased efficiency

of operations, stronger customer relationships and other clear and quantifiable business benefits;

– *Variability*: The changing nature of the data that organisations are attempting to collect, manage and analyse – for example, in sentiment or text analysis, changes in the meaning of keywords or phrases.

It is important to understand that Big Data is not just about large amounts of information. It is about new opportunities that open up through the analytics of this data. Big data is not a homogeneous entity but can have a number of manifestations or levels of aggregation, for example, in terms of scale (e.g., through the use of the concept of samples as opposed to complete data sets), coverage (e.g., geospatial, time series, or cross-sectional), and level of analysis (e.g., individual-level data or aggregated data).

Based on the defined characteristics of the concept of Big Data, the key aspects of value creation include the ability of an organisation to collect, store and analyse a large amount of complex data generated in real or near real time with the support of advanced analytics [11]. As the term Big Data implies, organisations are faced with huge amounts of data. Consequently, organisations that do not know how to manage this data find themselves overwhelmed by it.

In a study conducted by Capgemini [12] on the impact of the Big Data category on the management decision-making process, the following problems were reported by respondents:

– *Unstructured data is difficult to process on a large scale*. Forty-two per cent of respondents say unstructured content is too difficult to interpret. Forty per cent of respondents believe they have too much unstructured data to support decision-making.

– *Fragmentation is a significant obstacle*. Fifty-six per cent of respondents across all sectors believe that organisational silos are the biggest barrier to effective decision-making using big data.

– *Efficiency needs to be balanced with effectiveness in "processing" big data*. Eighty-five per cent of respondents believe that the main problem is the lack of effective ability to analyse and act on data in real time.

Eventually, the issue of Big Data's impact on organisations' activities, both in the strategic and even operational perspectives, began to be closely linked to a new challenge of the time – artificial intelligence (AI).

According to a survey conducted by Wave-stone, a consulting company, on the state of data and artificial intelligence in the world's leading companies in 2024 [13], the following results were obtained. Data quality remains a challenge – only 37% of respondents say they have improved it, meaning that data quality remains a problem for two-thirds of organisations. The role of the CDO/CDAO (Chief Data Officer/Chief Data and Analytics Officer) is still considered "new and evolving/struggling to cope with turnover" by 43% of respondents. Human factors – culture/people/processes/organisation – remain a barrier to data adoption for 78% of respondents. And while data ethics is seen as a top priority by 74% of respondent organisations, only 42% have the necessary policies and practices in place, and only 16% believe the tech industry has done enough to address data ethics and AI.

We can generally conclude that the key barriers to data-centricity in organisations are culture,

people, process change and organisational harmonisation, rather than technological limitations.

Recent research shows that AI is more potentially transformative than any other technology in this generation, and it is seen as a top organisational priority for the near future. However, it's also worth noting that most organisations are not yet benefiting significantly from generative AI. Only 5% have implemented generative AI on a large scale in their companies. Only half of them have the necessary specialists to successfully implement generative AI. Almost all – 99% – of respondents believe that generative AI requires precautions, but only 63% have already implemented them. Recent surveys clearly show a dramatic improvement in the progress of data and analytics initiatives.

Big data has enormous potential, but its limitations must be recognised. Understanding that data is "processed" rather than pure, and addressing issues such as speed, noise and interpretation bias are important for responsible use of big data. By increasing information literacy and transparency, big data can be used to generate valuable insights without giving in to illusions of a perfect "truth of last resort".

According to Fawcett S. and Waller M. [14], there are five prospective areas in the field of Big-data analytics (BDA), such as predictive analytics, value-added manufacturing, unmanned vehicles, borderless supply chains, and material science. Predictive analytics provides valuable information, but management must be aware of its limitations. Using information literacy, a hybrid approach and new artificial intelligence tools, we can navigate this paradigm shift and make data-driven decisions based on correlation and an understanding of root cause and effect. While this is not always possible, understanding the "why" strengthens predictions and builds trust in data. Focusing on substantive issues allows for a transformation to clear, practical actions for managers, which are expressed in substantive "what to do" questions. Currently, the most effective approach is a hybrid approach, which combines predictive analytics with causal analysis (when possible) to gain a deeper understanding of the relationships and mechanisms of system behaviour. In turn, new AI technologies aim to explain the reasons underlying forecasts, bridging the gap between the "why" and "what" questions.

Recent studies conducted by Berardino D. and Vona S. [15] highlighted such practical aspects of Big Data application as organisational benefits gained through the use of Big Data/Big Data Analytics (BDA) and the relationship between BD/BDA and the decision-making process. In the context of assessing the role of BD and BDA in supporting strategic decisions, the study found a large number of developments that use the potential of Big Data to improve decision-making. Many research papers discuss the relationship between these technologies and decision-making under uncertainty. While earlier works have made theoretical contributions to the study of the causal relationship between BD, BDA and good decision making, recent developments have explored this relationship empirically, using qualitative research methods with the participation of business executives or IT managers. The main findings of such studies indicate the existence of inertia and cognitive overload of individual executives caused by an excessive amount of data. The solution to this problem can be either the creation of internal competencies or the use of external service providers

in the field of consulting and business intelligence. As a rule, organisations go from engaging external experts at the initial levels of maturity to creating relevant structures and functions internally, which are part of their own organisational structure.

There are many correlated factors that influence the quality of decision making. According to Janssen M, et al. [16], the conceptualisation of BD and BDA as a single process managed by a single data analyst is too simplistic. The diversity of data sources and characteristics affects the methods of data processing and the use of Big Data analytics to deliver value to the organisation in terms of increasing its total value. The quality of decision-making depends on many factors that need to be managed simultaneously. Key factors include process transformation and integration, skills development, retention of competencies and human resources, data quality, flexible systems, collaboration, knowledge sharing, decision-maker competence, trust building, and relationship management.

According to the analysis of many studies, the main challenge is not just working with a large amount of data, but the ability to interpret it and use BDA to create value. Accordingly, there is a need to take into account the diversity, speed of data flow, truthfulness and reliability of data. Thus, to work effectively with Big Data, it is necessary to have appropriate processes and a systematic approach.

Meanwhile, the quality of decision-making depends not only on BD and BDA, but also on the ability to manage the entire chain of work with Big Data. Thus, we can conclude that it is necessary to develop mechanisms for managing the collection and processing of data sets. The management system should provide access to sources, understanding of the quality of such data, as well as an understanding of the value and limitations of Big Data.

With sustainable development issues becoming increasingly important, the practical implementation of big data processing methods is becoming more and more in demand.

Data Partnerships for Sustainable Development (DPSD) are collaborative efforts of various stakeholders aimed at sharing and using data resources to achieve the Sustainable Development Goals (SDGs). The Sustainable Development Goals are a universal set of 17 interrelated goals developed by the United Nations to address global challenges such as poverty, inequality, climate change, environmental degradation, peace and justice. They were adopted in September 2015 as part of the 2030 Agenda for Sustainable Development (Agenda 2030) [17]. These partnerships play a crucial role in overcoming information challenges and accelerating progress towards a more sustainable future. A key message that characterises the structure and achievability of these goals is the emphasis on the importance of baseline data, noting that high-quality, accessible, timely and reliable disaggregated data will be essential to assess progress and ensure that no one is left behind.

Data partnerships vary from "open" to "closed" initiatives, which affects how they can legitimise themselves. Open initiatives typically provide for free access to data and results, which promotes transparency and broad collaboration. Conversely, closed initiatives restrict access to data and results, often for reasons of confidentiality, proprietary interests, or security. The degree of openness of a partnership characterises its legitimacy, affecting transparency, trust and the perceived value of cooperation.

In particular, open data initiatives can legitimise themselves through transparency, building trust between stakeholders, and the widespread use and verification of data. They often receive support from the public and other organisations because their open nature is consistent with the principles of openness and inclusiveness. Closed data initiatives, on the other hand, are characterised by the ability to protect sensitive information, retain control over data use, and create value through unique information or secure technologies. They can legitimise themselves through data security guarantees, competitive advantage or regulatory compliance.

The balance between openness and closure in information partnerships requires careful analysis of the trade-offs between accessibility, security, privacy and the potential for innovation.

As Rasche A. et al. argue in their study [18], partnerships in data for sustainable development are leading to a change in approaches to the collection, analysis and distribution of development-related data. At the same time, it should be borne in mind that while partnerships can provide many useful insights into sustainable development issues, these insights may not be effective in creating outcomes that benefit people or the environment. On the other hand, partnerships may produce viable ideas, but international organisations or national governments may not use these ideas (e.g. because they do not trust big data as a source of expertise), or because they may not use them.

For the purposes of specific organisations in generating relevant and useful information to measure the achievement of their objectives and plans, the question of considering the type of data partnerships falls into the category of management judgement and strategic choice. Given the fact that there is currently no clear-cut advantage to a particular type of partnership, it is natural to consider a trade-off between the benefits and disadvantages of both types of partnerships – open and closed.

The research team of Rakesh D. et al. [19] conducted a comprehensive analysis of the factors contributing to sustainable business development using big data analysis in the context of developing countries. The data was collected from manufacturing companies that have implemented sustainable practices. It was found that big data analytics (BDA) capabilities provide a sustainable internal business process for embedding sustainability goals in an organisation, which in turn contributes to the achievement of long-term sustainability goals by manufacturing companies. Top management involvement is an integral factor for better business performance. The top management of an organisation should be focused on long-term economic sustainability.

From a managerial perspective, there is evidence that for effective business model development, companies should develop such important organisation-wide tools as Big Data Analytics Capabilities (BDAC) by hiring and training qualified staff, implementing organisational learning and knowledge sharing practices, and promoting a data and evidence-based corporate culture Mikalef P. et al. [20].

According to Ciampi F. et al.'s [21] study of the impact of big data analytics capabilities on business model innovation, it was demonstrated that a significant part of the impact of BDAC on business model innovation occurs through top management,

and therefore, top managers should take measures to better use BDAC in the context of entrepreneurial initiatives. For example, introducing monetary or non-monetary incentives for employees who engage in creative experimentation and research based on Big Data can encourage internal collaboration on joint data-driven innovation projects that require high risk and responsibility.

As noted by Hofmann N. et al. in their study [22], enhancing financial analysis is essential for strengthening an organisation's financial management, improving governance, creating greater economic value and better social value. The quality and effectiveness of Business Performance Management (BPM) are directly related to the perfection of application tools, in particular management systems, of which SAP SE's SAP S/4HANA is a representative. The key characteristics of this tool were identified as follows:

- built-in analytical capabilities that allow users to obtain information about business performance in real time;
- flexible architecture that allows organisations to easily adapt the system to their needs;
- ease of use – a simple and intuitive user interface makes it more accessible to users with different levels of expertise;
- increased productivity, which is a basic prerequisite for effective work with large amounts of data.

It should be noted that there are many other competitors that offer similar or even better features. Among the most prominent competitors to SAP S/4HANA is Oracle Cloud E-Business Suite, which offers a wide range of features including analytics, planning and budgeting, performance management, and monitoring. Oracle Cloud E-Business Suite also has strong integration with other Oracle products, such as Oracle ERP. IBM Cognos Analytics: This solution provides analytics and reporting tools and capabilities, as well as planning, budgeting and consolidation capabilities. IBM Cognos Analytics is well integrated with other IBM products, such as IBM ERP. Microsoft Dynamics product line – offers a wide range of analytics and reporting tools, as well as planning, budgeting and consolidation capabilities. Microsoft Dynamics creates a unified data management environment with other Microsoft products.

Based on the analysis of the capabilities and characteristics of key data management systems, the following common characteristics can be identified:

1. *AI analytics*: there is a strong trend towards integrating AI capabilities into the software and operational environment of organisations, which can help automate data research, identify hidden trends and generate recommendations and forecasts.

2. *Collaboration*: Integrated data management systems allow real-time collaboration on data with other users. This helps to improve collaboration and coordination of efforts and to make more informed and balanced decisions.

3. *Security*: Modern data analytics and processing systems offer an adequate level of security and access control to keep data safe. This factor is critical when dealing with sensitive data and, given the strict regulatory environment, in terms of personal data protection (for example, the requirements of the GDPR in the EU).

4. *Flexibility*: The systems are modular platforms that can be customised to meet specific needs and conditions. This means that you can choose exactly

the features you need and avoid wasting resources on features that are not relevant.

5. *Scalability*: Data management systems have the ability to scale to meet the needs of small, medium and large businesses. It determines the ability of the system to handle growing volumes of data and support more users without compromising performance.

6. *Cost*: Systems are highly flexible in terms of pricing and typically offer a range of pricing plans and models to meet the needs of organisations of all kinds and sizes.

7. *Support*: The level of support can affect how the system can be used and administered. Typically, a multi-level support model is used, both at the level of a global network of partners and experts and local offices.

When making managerial decisions on the choice of such systems, the following factors should be taken into account: complexity of implementation and high cost of new integrated management systems. It is obvious that without substantial initial investments, both monetary and human resources, which are part of the competence set, it is impossible to achieve an acceptable level of implementation of management systems.

This issue is extremely relevant, especially in the context of the modern business environment, which is characterised by rapid technological development, including AI. In this context, several key aspects should be considered in terms of critical analysis of the system selection process, which should be divided into such blocks as implementation issues, cost and reporting requirements.

#### *Complexity of implementation*

- Technical aspects: Implementing Big Data Analytics and ERP systems requires a sophisticated infrastructure, including powerful servers, networking equipment and specialised software. It also requires integration with an organisation's existing systems, which can be technically challenging and carry business continuity risks.

- Organisational changes: Implementing new systems often requires significant changes to the organisational structure and business processes. This can cause resistance from staff who are used to the old ways of working.

- Staff training: For a successful implementation, staff must be trained to use the new systems, which requires additional resources and time.

#### *High cost*

- Financial investments: As experience shows, the cost of implementing Big Data Analytics and ERP systems can be very high, and the budgeting process may not take into account all the costs that will be required to complete the process. This includes the cost of hardware, software licences, consulting services and staff training.

- Time investment: Implementation of such systems can take considerable time, which can affect an organisation's productivity in the short term.

#### *Need for sustainability reporting*

- Environmental and social reports: Nowadays, organisations are increasingly required to report on their sustainability performance, and the reporting requirements are constantly changing and becoming more complex. Big Data Analytics systems can help collect and analyse the data required for such reports.

- Transparency and accountability: ERP systems can provide greater transparency and accountability in the management of organisations'

resources, which is essential for meeting sustainability standards.

The implementation of Big Data Analytics and ERP systems is a complex and high-cost process that requires significant upfront investment. However, considering the rapid development of technology, including the extremely rapid progress in the field of AI, these systems can provide significant benefits for organisations, such as improved analytics, business process automation and increased efficiency of corporate management. Given the need for comprehensive and multidimensional sustainability reporting, the implementation of such systems becomes even more important. It is obvious that AI plays a key role in this process, providing new opportunities for data analysis and decision-making.

**Conclusions from the study.** The study addressed and emphasised the issues of complex interdependence between management control systems, integration of sustainable development and financial reporting. As practice shows, the focus should be on the necessity to integrate internal systems, in particular management accounting, financial reporting and sustainability reporting. The use of Big Data and Big Data Analytics is becoming a key factor in

making sound management decisions, especially in the context of sustainability reporting.

The main obstacles to the implementation of Big Data include data fragmentation, the difficulty of interpreting unstructured data, and the lack of effective real-time data analytics. Considering the rapid expansion of AI, there is a clear need to invest in education and training to develop the necessary skills to work with Big Data and the appropriate analytical tools.

The study shows that the use of Big Data and Big Data Analytics is an important vehicle for data management and sustainability reporting. The main challenges include cultural and organisational barriers, which can be overcome with appropriate technological and managerial approaches. Data partnerships also play an important role in sustainability by providing opportunities for data sharing and analysis.

The study emphasises the importance of integrating Big Data into management systems to improve the efficiency and competitiveness of organisations. In particular, successful integration requires technological solutions, management approaches and cultural changes within organisations.

## References:

- De Mauro A., Greco M., Grimaldi M. (2016) A formal definition of Big Data based on its essential features. *Library Review*, vol. 65, no. 3, pp. 122–135. DOI: <https://doi.org/10.1108/LR-06-2015-0061>
- Zikopoulos P., Eaton C. (2011) *Understanding Big Data: Analytics for Enterprise Class Hadoop and Streaming Data*. McGraw-Hill Osborne Media.
- Elia G., Polimeno G., Solazzo G., Passiante G. (2020) A multi-dimension framework for value creation through big data. *Industrial Marketing Management*, vol. 90, pp. 617–632. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.08.004>
- Goran J., LaBerge L., Srinivasan R. (2016) Culture for a digital age. Available at: <https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/culture-for-a-digital-age> (accessed July 14, 2024).
- Bean R. (2021) Why Is It So Hard to Become a Data-Driven Company? *Harvard Business Review*. Available at: <https://hbr.org/2021/02/why-is-it-so-hard-to-become-a-data-driven-company> (accessed July 14, 2024).
- Goasduff L. (2019) Create a Data-Driven Culture by Influencing 3 Areas. Available at: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/create-a-data-driven-culture-by-influencing-3-areas> (accessed July 14, 2024).
- Akerkar R. (Ed.). (2013). *Big data computing*. CRC Press.
- Wenying Bian, Wenmin Bian (2022) Construction of Application Model of Accounting Framework Platform for Industry-Finance Integration Management under the Background of Multimedia Technology. *Mobile Information Systems*, vol. 2022. DOI: <https://doi.org/10.1155/2022/1151226>
- Enderle G. (2018) How can business ethics strengthen the social cohesion of a society? *Journal of Business Ethics*, vol. 150, no. 3, pp. 619–629. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3196-5>
- Laney D. (2001) 3D Data Management: Controlling Data Volume, Velocity, and Variety. *META Group Research Note*, vol. 6. Available at: <https://studylib.net/doc/8647594/3d-data-management--controlling-data-volume--velocity--an> (accessed July 7, 2024).
- Yesudas M., Menon G., Ramamurthy V. (2014) Intelligent operational dashboards for smarter commerce using big data. *IBM Journal of Research and Development*, vol. 58, no. 5/6, pp. 13:1–13:10. DOI: <https://doi.org/10.1147/JRD.2014.2346131>
- Capgemini (2012) The deciding factor: Big data & decision making. Available at: [https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2017/07/The\\_Deciding\\_Factor\\_Big\\_Data\\_Decision\\_Making.pdf](https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2017/07/The_Deciding_Factor_Big_Data_Decision_Making.pdf) (accessed July 7, 2024)
- Wavestone (2024) Data and AI Executive Leadership Survey 2024. Available at: <https://www.wavestone.com/app/uploads/2023/12/DataAI-ExecutiveLeadershipSurveyFinalAsset.pdf> (accessed July 14, 2024).
- Fawcett S., Waller M. (2014) Supply chain game changers – mega, nano, and virtual trends and forces that impede supply chain design (i.e., building a winning team). *Journal of Business Logistics*, vol. 35, no. 3, pp. 157–164.
- Berardino D., Vona S. (2023) Big Data and Decision-Making: A Structured Literature Review. *European Scientific Journal*, vol. 17, p. 374. DOI: <https://doi.org/10.19044/esjpreprint.5.2023.p374>
- Janssen M., van der Voort H., Wahyudi A. (2017) Factors influencing big data decision-making quality. *Journal of business research*, vol. 70, pp. 338–345. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.08.007>
- United Nations. (2015) Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development. United Nations. Available at: <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld/publication> (accessed July 14, 2024).
- Rasche A., Morsing M., Wetter E. (2021) Assessing the Legitimacy of “Open” and “Closed” Data Partnerships for Sustainable Development. *Business & Society*, vol. 60, no. 3, pp. 547–581. DOI: <https://doi.org/10.1177/0007650319825876>
- Raut R., Mangla S., Narwane V., Gardas B., Priyadarshinee, P., Narkhede B. (2019) Linking big data analytics and operational sustainability practices for sustainable business management. *Journal of Cleaner Production*, vol. 224, pp. 10–24. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.03.181>
- Mikalef P., Boura M., Lekakos G., Krogstie J. (2019) Big Data analytics capabilities and innovation: The mediating role of dynamic capabilities and moderating effect of the environment. *British Journal of Management*, vol. 30, no. 2, pp. 272–298. DOI: <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12343>
- Ciampi F., Demi S., Magrini A., Marzi G., Papa A. (2020) Exploring the impact of big data analytics capabilities on business model innovation: The mediating role of entrepreneurial orientation. *Journal of Business Research*, vol. 123, pp. 1–13. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.023>
- Hofmann N., Linsner R., Poschadel F. (2017) SAP S/4 HANA: Revolution or evolution in business performance management? *Journal of Cost Management*, vol. 31, no. 4, pp. 7–19.

**Білобловський С. В.**

Навчально-науковий Інститут управління, економіки та бізнесу

Приватного акціонерного товариства

"Вищий навчальний заклад "Міжрегіональна Академія управління персоналом"

## **УПРАВЛІННЯ ДАНИМИ ТА КОНЦЕПЦІЯ BIG DATA В СФЕРІ ЗВІТУВАННЯ ЗІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

У статті досліджується взаємодія між системами управлінського контролю, інтеграцією сталого розвитку та фінансовою звітністю на рівні організації. Емпіричний аналіз підкреслює необхідність цілісної інтеграції управлінського обліку, фінансової звітності та сталого розвитку. Дослідження розглядає Big Data та інструменти Big Data Analytics як ключові фактори для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, особливо у контексті звітності зі сталого розвитку. Аналізуються виклики та переваги впровадження принципів сталого розвитку в управлінські системи, включаючи підвищення ефективності, зменшення ризиків та аналіз конкурентного середовища. Наразі, традиційні методи обробки даних не здатні впоратися з великими обсягами інформації, що генеруються та запитуються в рамках процесу звітування зі сталого розвитку. Big Data та інструменти Big Data Analytics дозволяють збирати, аналізувати та візуалізувати дані з різних джерел, надаючи організаціям структуровану інформацію про їх діяльність та її вплив на стейкхолдерів. Дослідження фокусується на проблематиці використання Big Data та Big Data Analytics в контексті побудови інформаційної системи управлінського обліку для організацій, які прагнуть враховувати виклики ефективного звітування щодо сталого розвитку. Впровадження Big Data пов'язано з низкою проблем, таких як фрагментація даних, складність інтерпретації неструктурованих даних та відсутність можливості аналізу даних в режимі реального часу. Культурні та організаційні бар'єри також ускладнюють впровадження Big Data, що потребує інвестицій в освіту та навчання співробітників для розвитку необхідних навичок та компетенцій. Зокрема, організації повинні створювати внутрішні компетенції або звертатися до зовнішніх надавачів послуг у сфері консалтингу та бізнес-аналітики для ефективного використання Big Data. Партнерства у сфері даних для сталого розвитку (Data Partnerships for Sustainable Development) стають все більш важливими для подолання інформаційних викликів в контексті жорстких та всеосяжних вимог до звітності. Таким чином, використання Big Data та Big Data Analytics є важливим інструментом для управління даними та звітування зі сталого розвитку. Основні виклики можна подолати за допомогою відповідних технологічних та управлінських підходів, а також культурних змін всередині організацій, а інтеграція Big Data в управлінські системи підвищує ефективність та конкурентоспроможність організацій.

**Ключові слова:** великі дані, аналітика великих даних, система управління даними, управлінська інформаційна система, звітність зі сталого розвитку.



УДК 338:634.8:663.2

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-101-8>

**Печко В. С.**

Інститут післядипломної освіти  
Національного університету харчових технологій;  
Державний біотехнологічний університет

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИНОГРАДАРСЬКО-ВИНОРОБНОГО КОМПЛЕКСУ ЯК СКЛАДОВОЇ АПК УКРАЇНИ

Виноградарство та виноробство є важливими складовими агропромислового комплексу України, впливаючи на економічний розвиток та створення робочих місць у сільських регіонах. Галузь має значний експортний потенціал, який сприяє надходженню валютних коштів, та підтримує внутрішній ринок. Статтю присвячено визначенню та аналізу тенденцій розвитку виноградарсько-виноробного комплексу як складової АПК України, а також пошуку шляхів його покращення. Проаналізовано динаміку показників виробництва винограду, обсягів виробництва та споживання вина в Україні у 2000-2022 рр., структуру виробництва виноробної продукції в Україні у 2021-2023 р. Визначено проблеми функціонування виноградарства та виноробства в контексті євроінтеграційного вектору розвитку України та викликів повоєнного відновлення українського агропромислового комплексу.

**Ключові слова:** виноградарство, виноробство, виноградарсько-виноробний комплекс, виробництво, розвиток, стратегія, АПК.

**Постановка проблеми.** Виноградарство та виноробство відіграють важливу роль у розвитку агропромислового комплексу (АПК) України, сприяючи економічному зростанню, створенню робочих місць та розвитку сільських територій. Ці галузі не лише забезпечують внутрішній ринок якісною продукцією, але й мають значний експортний потенціал, що сприяє надходженню валютних коштів до держави. Крім того, виноградарство та виноробство підвищують додану вартість сільськогосподарської продукції та стимулюють розвиток супутніх галузей, таких як туризм і харчова промисловість, що загалом посилює конкурентоспроможність українського АПК на міжнародному рівні.

Зростаюча популярність та культура споживання вина у світі та Україні відображаються у зміні споживчих уподобань, де все більше людей надають перевагу винам замість міцних алкогольних напоїв. Цей тренд підкріплюється зростанням інтересу до здорового способу життя та культури харчування, де вино сприймається як частина збалансованого раціону. В Україні, зокрема, спостерігається зростання виробництва і споживання високоякісних місцевих вин, що сприяє підвищенню винної культури, розвитку виноробних регіонів та підтримці внутрішнього ринку. Ця тенденція також відображається у збільшенні кількості винних фестивалів, дегустацій і спеціалізованих заходів, що сприяють популяризації вина серед населення.

Водночас, актуальність дослідження тенденцій та перспектив розвитку виноградарсько-виноробного комплексу в умовах євроінтеграції України зумовлена необхідністю адаптації галузі до європейських стандартів і посилення її конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематику розвитку виноградарсько-виноробного комплексу досліджували численні вчені-економісти, зокрема І. Белоус [1], М. Дмитрук [2], О. Єрмаков [3], М. Ільчук [4], О. Каламан [5], Ю. Лупенко [6], С. Прохорчук [7], П. Саблук [8] та багато інших. Вказані дослідники фокусували увагу на аналізі світових та національних тенденцій виробництва продукції виноградарства та виноробства [4-6], формуванні пропозиції на

ринку винограду [2], розвитку виробництва винограду на інноваційних засадах [3-8], стратегічних засадах розвитку виноградарства та виноробства в умовах виходу на світовий ринок [1] тощо.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на потужну теоретичну та практичну базу, сформовану вченими та практиками, невирішеними залишаються аспекти оцінки проблем функціонування виноградарсько-виноробного комплексу як вагової складової АПК з огляду на вплив євроінтеграційного вектору розвитку України.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є визначення та аналіз тенденцій розвитку виноградарсько-виноробного комплексу як складової АПК України, а також пошук шляхів його покращення.

**Виклад основного матеріалу.** Виноградарство традиційно є важливою складовою агропромислового комплексу України. Займаючи незначну питому вагу в площі сільськогосподарських угідь (від 3,3% – 4% в Херсонській і Миколаївській областях, до 15,6% – 19,1% в Одеській та Закарпатській областях) ця галузь суттєво впливає на рівень соціально-економічного розвитку регіонів.

За 22 аналізованих роки площа виноградників у плодоносному віці скоротилася у 3,4 раза і становить у 2022 р. 29,0 тис. га (табл. 1). Суттєвим фактором цього стала також тимчасова окупація Херсонської області та активні бойові дії на частині територій Миколаївщини. 63,1% усіх посівних площ під виноградниками припадає на Одеську, 14,1 – на Миколаївську та 9,2% – на Закарпатську області, що пов'язане із сприятливими природно-кліматичними умовами в цих регіонах для культивування винограду. Також осередком українського виноградарства є Автономна республіка Крим, яка майже 10 років перебуває під тимчасовою окупацією.

У 2022 р. обсяги виробництва винограду становлять 257,9 тис. т, що на 2,3% перевищує рівень довоєнного 2021 р. і свідчить про героїзм українських виноградарів, які, не зважаючи на надзвичайно складні обставини, тримають галузь на задовільному рівні. Урожайність як показник технологічної ефективності вирощування винограду має тенденцію до зростання у 2022 р. до

Таблиця 1

## Динаміка показників виробництва винограду в Україні у 2000-2022 рр.

Роки	Площа виноградників у плодоносному віці		Виробництво		Урожайність	
	тис. га	у % до попереднього року	тис. т	у % до попереднього року	ц/га	у % до попереднього року
2000	99,4		513,8		51,7	
2010	67,6	68,0	407,9	79,4	60,3	116,6
2015	41,8	61,8	386,3	94,7	92,3	153,1
2019	39,5	94,5	366,3	94,8	92,7	100,4
2020	37,2	94,2	281,0	76,7	75,6	81,6
2021	34,7	93,3	264,1	94,0	76,1	100,7
2022	29,0	83,6	257,9	97,7	88,9	116,9

Джерело: розраховано на основі [9]

позначки 88,9 ц/га, проте фактором цього, поруч із сприятливими кліматичними умовами, головним чином є скорочення посівних площ.

Додатково, у 2022 р. в Україні функціонувало 7 великих виноробних підприємств із середньою кількістю робітників – 250 осіб. На інших підприємствах (всього 118 середніх та малих) в середньому працювало до 50 осіб. Отже, загалом на виноробних підприємствах було зайнято близько 8 тисяч працівників.

Звернемось до оцінки потенціалу вин на ринку алкогольних напоїв України. Споживання вина є невід'ємною складовою сучасної культури, яке поступово витісняє споживання міцних алкогольних напоїв, суттєво підтримує внутрішній ринок та внутрішнє виробництво винограду в Україні. Отримання Україною статусу кандидата на вступ до ЄС породжує нові виклики для національного виноградарсько-виноробського комплексу, що робить актуальним розробку стратегії його розвитку, орієнтовані на інтеграцію в європейський простір.

Як підкреслюють М. Ільчук та М. Дмитрук, «для ринку винограду притаманний значний потенціал росту. Вітчизняні товаровиробники мають стимул для нарощування обсягів виробництва винограду. Адже ринок не насичений і наявний значний потенціал для збільшення обсягу пропозиції» [4, с. 20]. Аналіз ринку вина в Україні вказує на те, що виноградарсько-виноробська галузь серйозно постраждала внаслідок активних воєнних дій, що розпочалися після повномасштабного військового вторгнення російської федерації 24 лютого 2022 р. Не зважаючи на часткове зростання обсягу виробленого винограду у 2022 р. порівняно з 2021 р. до рівня 874 тис. гектолітрів (рис. 1) галузь знаходиться в складному стані. Ключовими факторами цього стали: окупація значної території виноробних регіонів країни, таких як Херсонська, Миколаївська, Запорізька; руйнування або пошкодження інфраструктури та матеріальної бази виноробних підприємств, які опинилися у зоні бойових дій і обстрілів; суттєве зниження купівельної спроможності українських споживачів; неможливість повноцінного функціонування туристичної галузі та індустрії гостинності через активні бойові дії тощо.

Споживання вина у 2022 р. було на рівні 1084 тис. гектолітрів і перекивалось, головним чином за рахунок імпорту вина із Італії, Франції, Грузії, Молдови та Іспанії. Війна в Україні вплинула на те, як люди споживають алкогольні напої та їх споживчі звички. Після суттєвого обвалу ринку вина у 2022 р. на понад 1/3 в умовах повної заборони продажів алкогольних напоїв у більшості регіонів України, починаючи з літа 2022 р.

обсяги поступово відновлюються у 2023-2024 рр., проте значно нижчі за рівень довоєнного 2021 р. за рахунок обмежень на торгівлю алкоголем у нічний та вечірній час, а також суттєвий відтік населення через вимушену міграцію.

Водночас Україна залишається важливим гравцем на світовому ринку вина, займаючи за результатами 2022 р. 28-ме місце серед країн-виробників. Природно-кліматичні умови, зокрема в південних регіонах, в Криму та в р. Закарпатті, сприяли формуванню довгострокових традицій у виноградарстві та виробництві вина, що утворило унікальний бренд – «українське вино».

В структурі продажів української продукції домінує виробництво натуральних столових вин з низьким рівнем технологічного втручання (рис. 2).

Дана тенденція є характерною для світових тенденцій, оскільки основною цільовою групою споживачів столових вин є покоління «міленіалів», які цінують екологічність та органічність продукції. Зокрема, вина в банках набирають популярності, особливо серед молоді та цінуючих комфорт споживачів, пропонуючи порціонні об'єми, переносимість та зручність зберігання. Проте, сьогодні на пересічній полиці українського ритейлу все ще домінують напівсолодкі марки вина. При цьому, на частку білого вина припадає 60%, а червоного – 40% продажів.

В той же час, за даними експертів, трендом найближчих років є переорієнтація споживачів на сегмент дешевих алкогольних напоїв, зокрема вина та пива, частка споживання яких становить по 19% відповідно. При цьому вже у 2023 р. фіксується зростання частки продажів алкоголю українського виробництва із відповідним падінням обсягів продажу імпортних аналогів.

Це є позитивним сигналом розвитку галузі. Більше того, природно-кліматичні умови, зокрема в південних регіонах, на Криму та в Закарпатті, сформували довгострокові традиції у виноградарстві та виробництві вина, що створило неповторний бренд – «українське вино – Wines of Ukraine». Позитивним моментом є те, що 2022 р. відзначився видатною, можна навіть сказати долею подією для виноробства країни – Україна повернула собі членство в Міжнародній організації виноробства та виноградарства (OIV). Генеральний директор Пау Рока, який був присутній на прес-конференції, подякував представникам української виноробної галузі за виконану роботу з відновлення членства України в цій міжнародній структурі, а керівництво Громадської спілки «УКРСАДВІНПРОМ», урочисто передало прапор OIV Міністерству аграрної політики та продовольства України. Головна мета відновлення членства



Рис. 1. Динаміка обсягів виробництва та споживання вина в Україні, 2000-2022 рр.

Джерело: побудовано на основі [10]

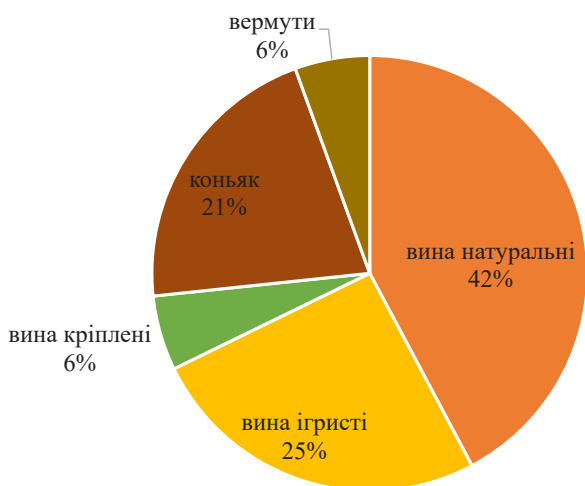


Рис. 2. Структура виробництва виноробної продукції в Україні, 2021-2023 р.

Джерело: побудовано на основі [10; 11]

в ОІВ – популяризація українського продукту.

Водночас, сьогодні основними проблемами у виноградарстві та виноробстві є: недосконалість нормативно-правової бази щодо регулювання обігу підакцизних напоїв, зокрема нанесення

виноградників; зниження обсягів виробництва садивного матеріалу винограду; труднощі з працевлаштуванням сезонних працівників для виконання технологічних операцій на виноградниках.

Як влучно наголошує М. Дмитрук, «незважаючи на наявні проблеми, виноградарство має сприятливі умови для забезпечення ефективного та стабільного формування пропозиції на ринку винограду. Зростання рівня товарності підтверджує зацікавленість виробників до його реалізації. При цьому основними напрямками формування пропозиції винограду є поєднання інтенсифікації та екстенсивних напрямів, зокрема збільшення площ під виноградниками, підвищення якості отриманої продукції, оптимізація товарного сортименту, що дозволить підвищити конкурентоспроможність вітчизняних виноградарських підприємств» [2, с. 111].

Специфіка розвитку ринку виноградарської та виноробної продукції визначається в основному тим, що цей процес значно впливає на збільшення інтеграції науки та практики в сфері виробництва, переробки і збуту винограду. Великі можливості для прогресу в цій області пов'язані з інноваційною діяльністю. Таким чином, розвиток ринку виноградарської продукції тісно пов'язаний з інноваційними процесами [5]. Як влучно підкреслив академік П. Саблук, «ефективність і перспективи застосування інноваційної моделі

розвитку значною мірою залежать від результатів інноваційної діяльності та умов, створених у державі для її реалізації на всіх етапах – від розроблення ідеї до впровадження інноваційного продукту» [8, с. 200]. «Активізація інвестиційно-інноваційної діяльності дозволить забезпечити на підприємствах виноградарсько-виноробної галузі технологічні зміни, які визначають науково-технічний прогрес, покращують якість продукції, її конкурентоспроможність та уможливають вихід з виготовлюваною продукцією на міжнародний ринок» [7, с. 135].

Таким чином, у процесі повоєнного відновлення та післявоєнної відбудови сталий розвиток галузі має базуватися на основі орієнтування на передові інноваційні світові, особливо європейські практики з поступовою переорієнтацією на виробництво органічних вин.

**Висновки з проведеного дослідження.** Проведений аналіз тенденцій засвідчив, що галузь виноградарства та виноробства в Україні не набула належного розвитку і максимально не реалізувала наявний потенціал родючих і сприятливих для виноградарства угідь, а також технологічний потенціал переробних підприємств.

Євроінтеграція відкриває нові можливості для експорту українських вин, але водночас ставить

перед галуззю вимоги щодо підвищення якості продукції, впровадження інноваційних технологій і модернізації виробничих процесів. Вивчення цих тенденцій є ключовим для стратегічного планування, яке дозволить українським виробникам успішно інтегруватися в європейський ринок, зберігаючи і розвиваючи національну ідентичність виноробства.

Розвиток національного АПК та виноградарсько-виноробної галузі, яка є його частиною, відіграє ключову роль у повоєнному відновленні України, зміцненні продовольчої безпеки та збільшенні експортного потенціалу країни. В умовах євроінтеграції вітчизняним виробникам доводиться конкурувати з європейськими, що зумовлює необхідність стратегічного управління розвитком українського виноградарства та виноробства на основі інновацій. Це сприятиме наближенню показників розвитку галузі до світових стандартів і передових європейських зразків. Діджиталізація виробничих процесів, використання інноваційних технологій та глобальна інтеграція відкривають нові можливості та виклики для цієї галузі.

Перспективами подальших наукових розвідок є встановлення внутрішніх та зовнішніх чинників підвищення рентабельності виробництва та переробки винограду.

#### Список використаних джерел:

1. Белоус І.В. Стратегія розвитку виноградарства і виноробства України та передумови виходу їх продукції на світовий ринок: монографія. Одеса : ННЦ «ІВіВ ім. В. Є. Таїрова», 2015. 204 с.
2. Дмитрук М.І. Формування пропозиції на ринку винограду сільськогосподарськими підприємствами України. *Економіка АПК*. 2018. № 11. С. 106–113.
3. Єрмаков О.Ю., Удахін В. В. Інтенсифікація виробництва винограду на інноваційній основі. *Агросвіт*. 2009. № 8. С. 37–40.
4. Ільчук М.М., Дмитрук М.І. Розвиток виробництва винограду в Україні. *Економіка АПК*. 2019. № 1. С. 18–26.
5. Каламан О.Б. Тенденції розвитку світового та українського ринку продукції виноробства в сучасних умовах. *Економіка харчової промисловості*. 2016. Т. 8. Вип. 2. С. 3–8.
6. Лупенко Ю.О. Сучасні тенденції розвитку ринку продукції виноградарства в Україні. *Виноградарство і виноробство: міжвідомчий тематичний науковий збірник*. 2015. Вип. 52. С. 119–122.
7. Прохорчук С.В., Петричко М.М. Напрями удосконалення інвестиційно-інноваційних процесів підприємств виноградарсько-виноробної галузі. *Бізнес-навігатор*. 2013. № 3 (32). С. 132–136.
8. Саблук П.Т. Інноваційна модель розвитку аграрного сектору економіки України та роль науки в її становленні. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2011. № 2. С. 200–208.
9. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.07.2024).
10. International Organisation of Vine and Wine. URL: <https://www.oiv.int/> (дата звернення: 20.07.2024).
11. Офіційний сайт ГС «Укрсадвинпром». URL: <https://www.ukrsadvinprom.com/> (дата звернення: 18.07.2024).

#### References:

1. Belous I. V. (2015) Strategia rozvytku vynogradarstva i vynorobstva Ukrainy na peredumovy vyhodu yih produktcii na svitovyy rynek [Strategy for the development of viticulture and winemaking in Ukraine and the conditions for their output to the world market: monograph]. Odessa: NNTs "IViV im. V. Ye. Tairova". (In Ukrainian)
2. Dmytruk M. (2018) Formuvannia propozyzii na rynku vynohradu silskohospodarskymy pidpryemstvamy Ukrainy [Supply formation on the grapes market by agricultural enterprises of Ukraine]. *Ekonomika APK*, no. 25 (11), pp. 106–113. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.201811106>
3. Yermakov O. Yu. & Udakhin V. V. (2009) Intensyfikatsiya vyrobnytstva vynohradu na innovatsiyniy osnovi [Intensification of the grape production on an innovative basis]. *Agrosvit*, no. 8, pp. 37–40.
4. Pchuk M., & Dmytruk M. (2019) Development of grape production in Ukraine. *Ekonomika APK*, no. 26 (1), pp. 18–26. DOI: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.201901018>
5. Kalaman O. B. (2016) Tendentsii rozvytku svitovoho ta ukrainskoho rynku produktsii vynorobstva v suchasnykh umovakh [Trends in the development of the global and Ukrainian wine market in modern conditions]. *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*, vol. 8, issue 2, pp. 3–8.
6. Lupenko Yu. O. (2015) Suchasni tendentsii rozvytku rynku produktsii vynogradarstva v Ukraini [Modern trends in the wine production market in Ukraine]. *Vynogradarstvo i vynorobstvo: mizhvidomchy tematychnyy naukovyy zbirnyk*, no. 52, pp. 119–122.
7. Prokhorchuk S. V. & Petrychko M. M. (2013) Napriamy udoskonalennia investytsiino-innovatsiynykh protsesiv pidpryemstv vynohradarsko-vynorobnoi haluzi [Directions for improving the investment and innovation processes of viticulture and wine industry enterprises]. *Biznes-navihator*, no. 3 (32), pp. 132–136.
8. Sabluk P. T. (2011) Innovatsiina model rozvytku ahrarnoho sektoru ekonomiky Ukrainy ta rol nauky v yii stanovlenni [Innovative model of development of the agricultural sector of Ukraine's economy and the role of science in its formation]. *Problemy innovatsiino-investytsiynoho rozvytku*, no. 2, pp. 200–208.
9. State Statistics Service of Ukraine (2023). Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed July 20, 2024).
10. International Organisation of Vine and Wine (2023). Available at: <https://www.oiv.int/> (accessed July 20, 2024).
11. Ukrsadvinprom (2024). Available at: <https://www.ukrsadvinprom.com/> (Accessed July 18, 2024).

**Pechko Volodymyr**

National University of Food Technologies;  
State Biotechnological University

## TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE VITICULTURE AND WINE INDUSTRY AS A COMPONENT OF THE UKRAINIAN AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX

### Summary

Viticulture and winemaking are important components of Ukraine's agricultural sector, contributing to economic development and job creation in rural areas. The industry has significant export potential, which contributes to foreign exchange earnings and supports the domestic market. In the context of Ukraine's European integration, there is a need to adapt these sectors to European standards to increase their international competitiveness. The article is aimed at identifying and analysing trends in the development of the viticulture and wine industry as a component of the agro-industrial complex of Ukraine, as well as finding ways to improve it. The author analyses the dynamics of grape production, wine production and consumption in Ukraine in 2000-2022, and the structure of wine production in Ukraine in 2021-2023. The author identifies the problems of viticulture and winemaking in the context of Ukraine's European integration vector and the challenges of the post-war recovery of the Ukrainian agro-industrial complex. The analysis of trends has shown that the viticulture and winemaking industry in Ukraine has not been properly developed and has not fully realised the existing potential of fertile and favourable for viticulture lands, as well as the technological potential of processing enterprises. It is substantiated that in the context of European integration, domestic producers have to compete with European ones, which necessitates strategic management of the development of Ukrainian viticulture and winemaking on the basis of innovations. This will help bring the industry's development indicators closer to global standards and European best practices. The digitalisation of production processes, the use of innovative technologies and global integration open up new opportunities and challenges for this industry. It is proved that the further development of viticulture should be based on innovative approaches, which will ensure the sustainable development of the industry and its integration into the European market. The scientific novelty of the study is to deepen the theoretical and practical foundations for assessing trends and critical evaluation of the problems of development of the viticulture and wine industry in Ukraine.

**Keywords:** viticulture, wine industry, viticulture and wine complex, production, development, strategy, agriculture.

## РОЗДІЛ 5 МАРКЕТИНГ

UDC 339.138

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-101-9>

**Bahorka Mariia**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8500-0362>

**Kvasova Liudmila**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7146-3788>

**Datsenko Yuliya**

Dnipro State Agrarian and Economic University

### METHODOLOGICAL TOOLKIT IN THE FORMATION, ANALYSIS AND IMPLEMENTATION OF MARKETING STRATEGY IN AGRICULTURAL PRODUCTION

#### Summary

The article defines the essence, meaning and main principles of systemic and situational approaches as a methodological basis for the formation of a marketing strategy for agar production, and also presents the systematization of strategic analysis methods for assessing environmental factors in the formation of a marketing strategy. The main reasons determining a systematic approach to the use of methods in the formation of a marketing strategy are highlighted. The use of the presented methods for the formation of the marketing strategy of agricultural production allows to consider the formation as a process consisting of separate stages: formulation of the mission, goals and objectives of the marketing strategy, market analysis based on the factors of the external environment of the enterprise with direct and indirect influence, assessment of the potential opportunities of the industry, development decision trees" and evaluation of the effectiveness of management decisions.

**Keywords:** marketing strategy, agricultural production, system and situational approaches, strategic analysis, macro- and micro-environment, innovative development.

**Statement of the problem.** Today, Ukraine is at the stage of establishing market relations, which makes the main requirement the possibility of adaptation and use of the experience of countries with a developed market economy. The experience of strategic marketing, which has already reached a high level in developed countries, should be used as a starting position for its implementation, taking into account the level and characteristics of the development of market relations in Ukraine.

The theory and practice of implementing the principles of strategic marketing has not yet received practical implementation in industries, especially in the agricultural sector. At the same time, practice proves that significant attention should be paid to the formation of marketing strategies for development in the fields of production and processing of agro-food products, which will contribute to the acceleration of their adaptation to the requirements of the market environment.

The problems of increasing the competitiveness of the agricultural industry can be solved with the help of effective marketing strategies, which will contribute to the adaptation of the agricultural industry to new economic conditions and can become a driving force of economic growth [1, p. 12-15]. It is the marketing strategy of agricultural production that allows the integration of environmental priorities into the strategy of economic development. This strategy takes into account the environmental factor in the economic activity of agricultural enterprises and is aimed at creating ecological products and services in agricultural production.

The process of forming a marketing strategy of agricultural production should be in accordance with the basic principles and methods of strategic marketing, the basis of which are systemic and

situational approaches. Today, the issue of developing and implementing methodological approaches in the formation of the marketing strategy of agricultural production is relevant and practically significant.

**Analysis of recent research and publications.** The work of domestic scientists L.V. Balabanova, L.E. Basovskyi, S. Garkavenko, N. Zhuravlyova, N. Kudenko, O. Kuzmina, O. Lobanova, A. Pavlenka, V. Pisarenko, G. Tarasyuk, O. Timonina, F. Fedorenko, G.V. Cherevka and others.

The systematization of the main methods and classifications of the toolkit of strategic analysis in the development of strategies is presented in the scientific works of P.L. Gordienko, L.G. Didkovska, I.A. Ignatieva, G.I. Kindratska, S.O. Levyk, B.M. Mizyuk, V.D. Nemtsov, H.V. Osovska, Yu.V. Pecheritsy, M.G. Sayenko, O.L. K.I. Redchenko and others.

Modern science and practice has at its disposal many methods and methodologies that allow evaluating almost any component of the enterprise and industry. But today there are no universally accepted comprehensive methods of analytical research of quantitative and qualitative characteristics of marketing potential, although certain aspects of solving this problem were highlighted in the works of T.L. Bezrukova, O.E. Yerankina, V.V. Kuchera, R.V. Marzhanskyi, N. Rozhko.

The transformations taking place in the agricultural sector today require expanding research into the range of issues related to the formation of marketing activities in the agro-industrial complex, in particular, this concerns the development and implementation of methodological approaches in the formation of a marketing strategy for the greening of agricultural production.

**Objectives of the article** is to determine the essence, meaning and basic principles of systemic and situational approaches as a methodological basis for the formation of a marketing strategy for agricultural production, as well as the systematization of strategic analysis methods for assessing environmental factors in the formation of a marketing strategy.

Presentation of the main research material. The formation of a marketing strategy is considered one of the most essential and difficult stages of marketing. This is a rather complex process that takes place in conditions of constant changes in the factors of the external and internal marketing environment [2, p. 137].

The marketing strategy of agricultural production as a development strategy can solve the problems of economic growth, increase the competitiveness of the agricultural sector, ensure a high quality of life, national security, environmental protection and a high technical level of agricultural production in Ukraine. But it is worth understanding that it is not just about the one-time use of innovations to achieve immediate advantages, but about continuous, detailed strategic innovation development, which forms the methods and means of innovation management and will allow the introduction of innovations to be subordinated to general goals, turning the intensive implementation of innovation processes into a factor of economic industry growth.

To choose a justified marketing strategy, it is necessary to use a set of scientific approaches: systemic, situational and integration. The method of forming the marketing strategy of agricultural production is also based on a certain set of general scientific and applied methodological techniques.

The systematic approach is a general scientific method of cognition, which is the basis for conducting any scientific research [3, p. 112]. Based on the essence of the system approach, the marketing strategy of the greening of agricultural production can be defined as a single complex of elements that have a close connection with the external environment, which determines the presence of input and output variables.

The development of a marketing strategy for agricultural production is a rather complex process, which is based on a systematic approach and corresponds to the following principles:

- the complexity of the elements, which allows defining the system as a whole, and determines its unity;

- changes due to the influence of external and internal factors;
- strategic orientation with the aim of achieving a specific strategic goal common to all elements;
- hierarchy of system elements that have their own responsibilities and tools for their implementation, depending on priority;
- uncertainty of the future;
- compatibility of the system elements for the implementation of the assigned tasks.

The reasons for the mandatory systematic use of predictive and strategic assessment methods in the formation of the marketing strategy of agricultural production are presented in fig. 1.

According to the system approach, the elements that make up the content of the marketing strategy of agricultural production do not just functionally follow each other, but are all interconnected without exception. A change in one of them inevitably leads to changes in the others, and ultimately in the entire marketing strategy. This requires a comprehensive solution to any of its problems: large and small, simple and complex, tactical and strategic.

The situational approach is based on the fact that the formation of the marketing strategy of agricultural production is carried out based on the specific market situation that has developed at one or another moment.

The use of a situational approach to the formation of the marketing strategy of agricultural production allows to consider the formation as a process consisting of separate stages: formulation of the mission, goals and objectives of the marketing strategy, market analysis based on the factors of the external environment of the enterprise with direct and indirect influence, assessment of the potential opportunities of the industry, development «decision trees» and evaluation of the effectiveness of management decisions.

The economic situation in Ukraine and the world, the state of economic activity in the agricultural sector (as external factors) require a systematic and situational analysis. At the same time, it is worth noting that the conditions for the formation of the agricultural market in Ukraine are quite specific and are caused, first of all, by a difficult situation in the economic, political and social spheres. The interaction of internal and external factors has a specific character for the field of agricultural

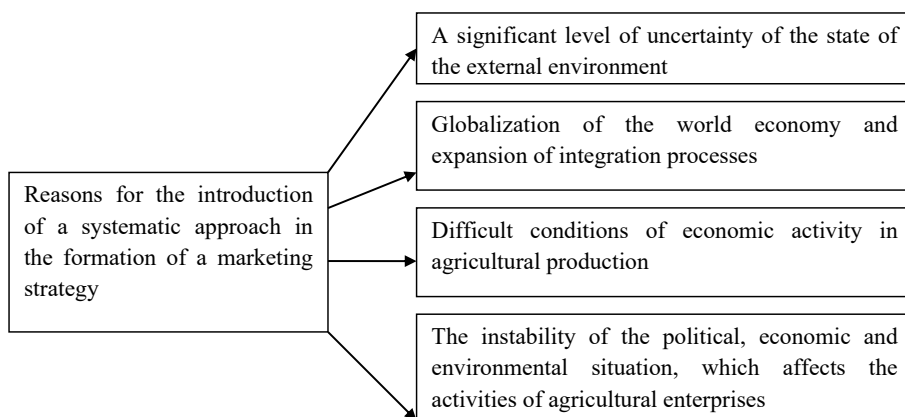


Fig. 1. The main reasons for a systematic approach to the use of methods in the formation of a marketing strategy

Source: developed by the authors

production and for enterprises in the field, and almost always changes over time. It is important to constantly monitor and take into account changes in the composition of external factors and their impact on the competitiveness of products and enterprises of the agrarian sector of the economy, namely to detail their effect, clearly distinguish market opportunities and threats.

That is why strategic analysis of the macro- and microenvironment, the methods of which are based on systemic and situational approaches, is a component of the formation of a marketing strategy (Fig. 2).

This research process involves an analytical assessment of the parameters of the external and internal environment using general scientific and applied methods of strategic analysis.

The methodology of strategic analysis includes techniques that allow:

- assess the current situation of the enterprise, available resources, opportunities and needs;
- carry out forecasting and planning of the levels of indicators of the enterprise's activity, as well as assessment of the state of the external environment;
- apply the techniques of alternative analysis to prepare for strategic decision-making in conditions of uncertainty.

In our opinion, the basis of all applied techniques of marketing research is a strategic analysis of the industry, which goes through preparatory, analytical and final stages. At the same time, a number of specific methods and techniques are used, which allow to diagnose potential and existing threats of enterprises and industries, to identify their opportunities in the formation of marketing strategies.

Based on the systematization of existing methods of forming marketing strategies, the following typology can be proposed:

1) marketing models based on the processing of quality marketing information. These include the following marketing models of strategic analysis: SNW, SWOT, PEST/STEP, the McKinsey matrix, the Shell matrix, the matrix of M. MacDonald, A. Little, M. Porter, I. Ansoff, the Brownlay-Barth matrix, the Hofer matrix – Shandler;

2) marketing models based on the processing of quantitative marketing information. These include economic-mathematical and statistical methods;

3) marketing models based on processing a combination of qualitative and quantitative marketing information. These include such marketing models as: BKG matrix, McKinsey matrix, Thompson-Strickland matrix.

It is the use of economic-mathematical and statistical methods that will provide an opportunity to obtain reliable and reliable results, which will be the basis for the formation of a marketing strategy [4, p. 107].

Strategic analysis provides a real assessment of own resources and capabilities of the industry in which enterprises operate. On its basis, a strategy for the development of the industry is formed, which involves the construction of a balanced system of forecasts and plans for the long-, medium-, and short-term perspective [5, p. 118].

At the stage of strategic analysis of the industry, special attention should be paid to the assessment of potential, because the development of resource concepts changes the vector of the marketing strategy from reactive (response of the enterprise to changes

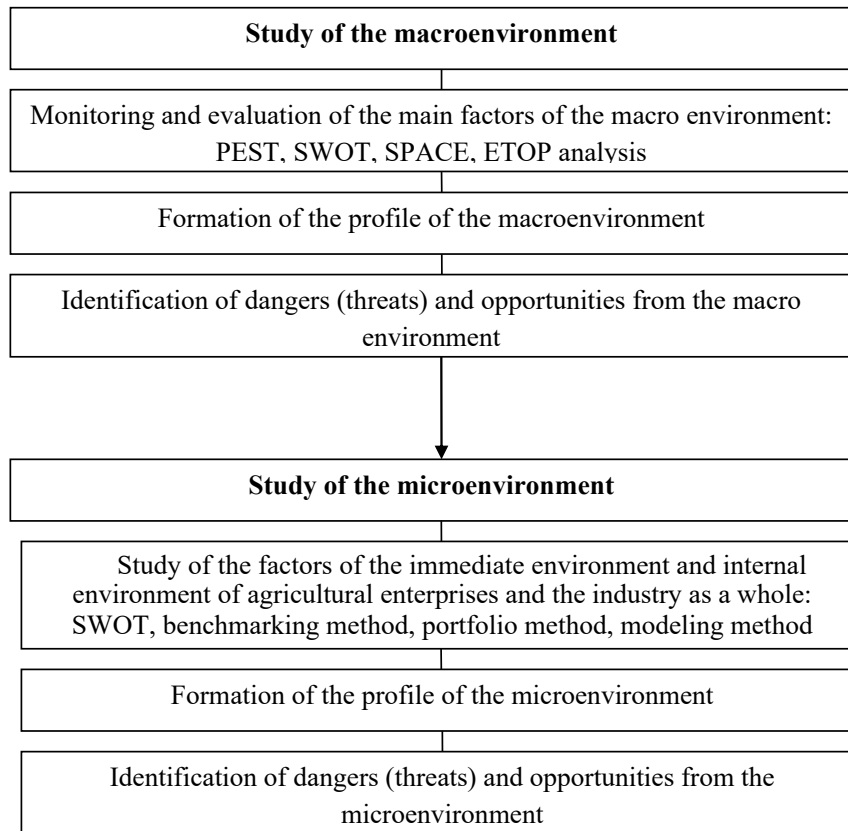


Fig. 2. The process of researching the main factors of the macro- and microenvironment

Source: developed by the authors



in the external environment) to proactive (prevention of events). This requires finding new combinations in the chain "resources – production – key competencies – organizational capabilities – sustainable competitive advantages" [6, p. 119]. In view of this, we consider ensuring strategic compliance, which involves matching resource and production capabilities with market conditions of farming, to be an integral stage of forming a marketing strategy for agricultural production.

Thanks to the synthesis of systemic and situational approaches, it is possible to combine complexity with a quick reaction to the conditions of a changing external environment. That is, these two approaches do not contradict, but complement each other (Fig. 3).

The transformations taking place in the agrarian sector of the economy also require the expansion of research on issues related to marketing activities in the agro-industrial complex, in particular in the development and implementation of methodological approaches to the formation of marketing strategies in the agrarian sector of the economy [2, p. 12].

The development of a marketing strategy for agricultural production involves an analytical assessment of the parameters of the external and internal environment. The marketing strategy of development should be focused on the formation of sustainable competitive advantages, which increases the requirements for such an analysis. It is the results of the assessment that are a prerequisite for the formation of a complex of information and analytical support for marketing management, which is an integral condition for ensuring a positive trajectory of the development of organizations. The main goal of forming an information and analytical base

is the systematic organization of all elements that form and use information in the process of marketing management of the industry [3, p. 218].

Strategic analysis is an important component of the marketing potential management process and the initial stage of strategy development. Its goal is to choose a specific strategy from many strategic alternatives.

In the process of strategy formation, the strategic analysis of the industry's marketing potential occupies one of the most important places, as it allows determining its potential ability to carry out its activities in accordance with strategic tasks [5].

Strategic analysis is a comprehensive study of positive and negative factors that can affect the economic condition of the enterprise in the future, as well as ways to achieve the strategic goals of the enterprise [7, p. 38].

Strategic analysis is an analysis not only of the achieved results of the state of the industry, but also of its development in the future. It is closely related to the general principles of economic activity, which involve the study of natural resource potential and economic indicators in their complex relationship.

Strategic analysis of the industry includes preparatory, analytical and final stages. At the same time, a number of specific methods and techniques are used to diagnose potential and existing threats to enterprises in the industry, to identify their opportunities in the formation of marketing strategies [4, p. 132-134].

Making marketing decisions in agricultural production should be based on the formation of strategies aimed at increasing its competitiveness.

The main stages of strategic analysis are presented in fig. 4.

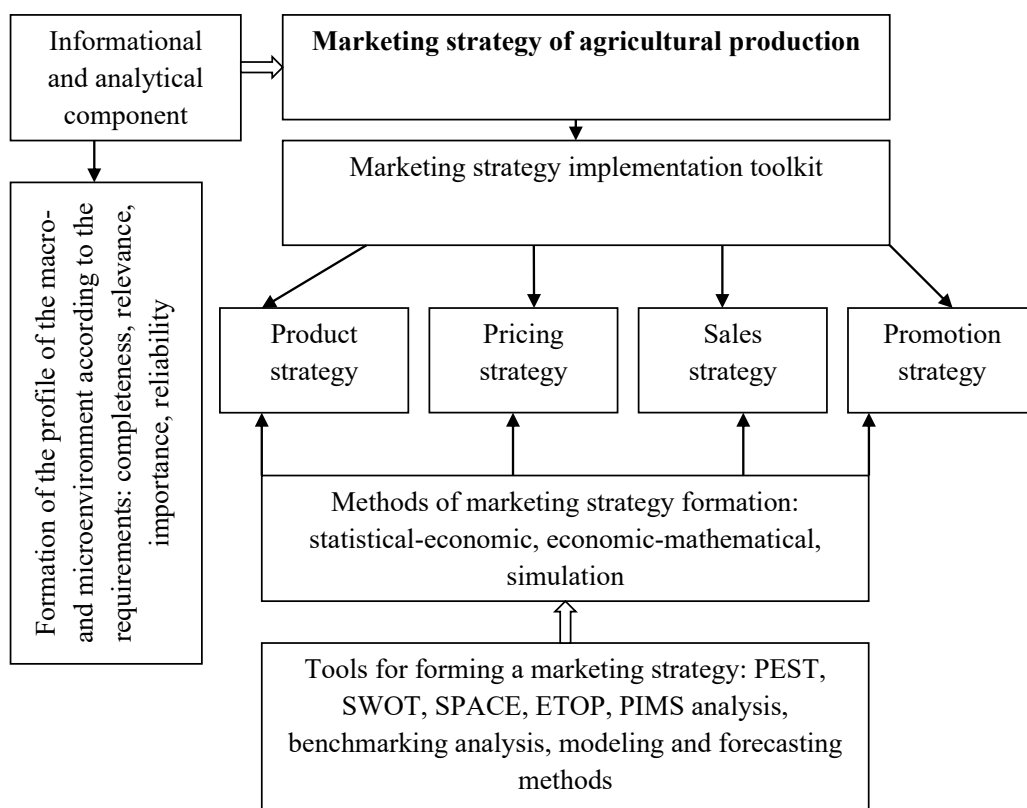
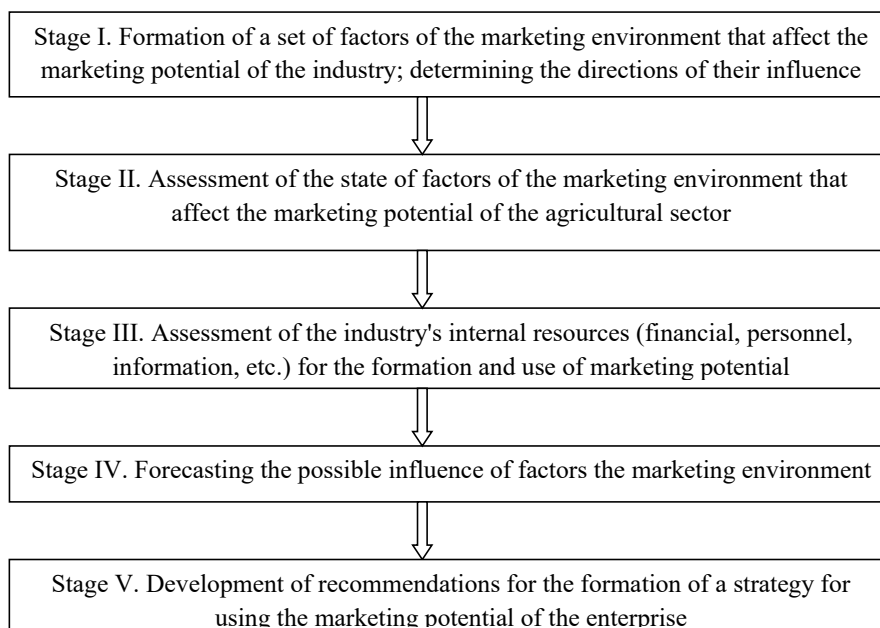


Fig. 3. A systematic approach to the formation of a marketing strategy for greening agricultural production  
Source: developed by the authors



**Fig. 4. Stages of strategic analysis of marketing environment factors**

Source: developed by the authors

The results of monitoring the external and internal marketing environment, marketing researches allow to predict changes in the market environment and to develop a strategy aimed at maintaining or gaining competitive advantages in a timely manner. The formation of a marketing strategy is preceded by an economic diagnosis of the potential of the industry, which is characterized by a significant number of tools and approaches to its implementation [3, p. 86].

Strategic analysis, based on the use of appropriate tools, allows you to explore factors and opportunities that can be used to develop an effective and adequate strategy for market conditions [1, p. 24-28].

The toolkit of strategic analysis is diverse. Some scientists try to classify it according to certain characteristics, others, revealing the essence of one or another tool, do not set themselves the task of grouping it according to the stages of strategic analysis. Table 1 shows a set of tools that are used most often according to each of the stages of strategic analysis.

Carrying out a strategic analysis allows you to create a basis for the construction of strategic management of the agrarian industry.

However, the fact that the use of one or another method depends on the chosen approach, the goals of the assessment, the type and completeness of the source information, the specifics of the constituent elements of the marketing potential of the industry being evaluated, and other factors deserves attention.

It is practically impossible to separate techniques and methods that are inherent only to a specific economic science, since the scientific tools of various sciences are too interconnected. Various techniques are used in economic diagnostics. At the same time, economic diagnostics has specific methods of research [3, p. 96-98].

Thus, with the help of strategic analysis, all subjects, problems of the agrarian industry are decomposed into component parts for a more accurate understanding and study of them. At the same time, at the stage of forming an marketing strategy, the results of the strategic analysis are integrated into the optimal strategic directions for its implementation in agricultural production. Also, carrying out a strategic analysis allows you to determine the main strategic categories of the chosen strategy: formulation, goals, objectives, directions of its implementation.

Table 1

**Toolkit of strategic analysis in terms of stages**

№	Stages	Tools
1	Analysis of the mission and existing goals of the enterprise	"Tree of goals", a model of the strategic management system, etc
2	Analysis of the external environment	Life cycle of the industry, PEST analysis, M. Porter's five competitive forces, maps of strategic groups of competitors, key success factors, etc.
3	Analysis of the internal environment and strategic potential	Diagrams of product, product, technology, organization life cycles, Porter's graph "profitability – market share", experience curve, value chain, etc.
4	Strategic monitoring	SWOT analysis, BKG matrix, Ansof matrix "product – market", SPACE analysis, General Electric matrix
5	Determination of strategic orientation	Results of SWOT analysis, SPACE analysis, portfolio, competitive analysis, etc

Source: summarized by the authors [5]

The marketing strategy of agricultural production should be focused on the formation of sustainable competitive advantages. Therefore, the results of the assessment of environmental factors are a prerequisite for the formation of a complex of information and analytical support for marketing management, which is an integral condition for ensuring the development of this strategy [7, p. 11].

The marketing strategy of agricultural production should adequately reflect the environmental aspects of the activities of agricultural commodity producers, which take place both in its operational component (preparation and implementation of the process of production of products and provision of services), and in the field of management (which includes the interaction of agricultural commodity producers with the surrounding natural environment) with the aim of maximally reducing possible negative consequences for the ecosystem and people.

**Conclusions from the study.** The following conclusions can be drawn from the above.

The objective necessity of forming a marketing strategy of agricultural production is related to environmental problems of the agricultural industry, the urgent need to establish a stable food market, providing the population with high-quality food products and effective functioning of the agrarian sector of the economy.

In the process of forming the marketing strategy of agricultural production, systemic and situational approaches are used, which are the basis of strategic analysis methods.

The basis of the system approach in the formation of the marketing strategy of agricultural production is the mechanisms of its implementation, which ensure the stability of the system, its purposefulness; the interconnectedness, interdependence and complexity of its elements determines the integrity of the system; all tasks performed by individual elements of the system are interconnected; elements of the system and actions related to them have a certain subordination, which builds a hierarchy; the system changes under the influence of specific factors,

which determines its dynamism; the ability of the system to adapt to the variability of the external environment, without losing its own individuality.

Ensuring a systematic approach when forming a marketing strategy of agricultural production is a difficult task, since the absence of at least one of the elements of the aggregate can lead to a loss of opportunities or failure to solve the tasks.

Strategic analysis is the first component in the methodology of marketing strategy formation. The main goal of the strategic analysis is to assess the impact of macro- and microenvironmental factors on the current and future state of the agricultural industry, to assess the state of the natural resource and marketing potential of the industry.

The use of appropriate tools at the stages of strategic analysis makes it possible to identify and respond flexibly to changes in external factors in a timely manner, compare possible directions of development and determine the most promising, establish connections between the state of the industry and possible strategic directions of development, segment the market of goods and services, determining the most attractive segments, determine the parameters of the competitiveness of enterprises, their market position and develop the optimal version of the marketing strategy.

Marketing strategic analysis reduces uncertainty when making strategic decisions, allows you to identify changes in the external environment and flexibly adapt to them, timely identify market opportunities and their use in strategic marketing activities, timely identify market threats and prevent their negative impact on the marketing strategic activity of the agrarian industry.

Ignoring marketing strategic analysis during the development of an marketing strategy can lead to the adoption of unfounded strategic decisions, the use of a strategy of passive adaptation to market changes, and the inability to respond adequately to changes in the marketing environment. The result can be a loss of strategic orientation of the industry, which will lead to its market vulnerability.

## References:

1. Danylyshyn B. M. & Liubchenko O. M. (2008) Marketynhova stratehiia rehionalnoho prodovolchoho rynku. [Marketing strategy of the regional food market]. *Bulletin of the National Academy of Sciences of Ukraine*, no. 5, pp. 12–18. (in Ukrainian)
2. Fastivets N.P. (2012). Dosvid realizatsii marketynhovoї stratehii v diialnosti pidpriemstv APK. [Experience in implementing a marketing strategy in the activities of agro-industrial complex enterprises]. *Bulletin of the Poltava State Agrarian Academy*, no. 3, pp. 137–141. (in Ukrainian)
3. Zalizniuk V. P. (April 15, 2015) Pokaznyky efektyvnosti marketynhovoї stratehii eksportnoi diialnosti pidpriemstva. [Indicators of the effectiveness of the marketing strategy of the enterprise's export activity]. Competitiveness of the national economy and education: the search for effective solutions: a collection of materials of the All-Ukrainian scientific and practical conference with international participation, Vinnytsia. Vol. 1, pp. 111–113. (in Ukrainian)
4. Romanenko O. O. (2013) Typolohizatsiia metodiv formuvannia marketynhovykh stratehii promyslovykh pidpriemstv. [Typology of methods of forming marketing strategies for industrial enterprises]. *Scientific Bulletin of the Academy of Municipal Administration: Series "Economics"*, no. 2, pp. 101–108. (in Ukrainian)
5. Redchenko K. I. (2003) Stratehichniy analiz u biznesi. [Strategic analysis in business]: training. manual [ed. 2nd, addn.]. Lviv: New World, 272 p. (in Ukrainian)
6. Andriieva N. M. & Martyniuk O. M. (2009) Marketynhovi ekolohichni stratehii yak kontseptualnyi bazys staloho rozvytku pidpriemstva. [Marketing ecological strategies as a conceptual basis of sustainable development of the enterprise]. *Mechanism of regulation of the economy*, no. 3, pp. 119–125. (in Ukrainian)
7. Shkuratov O. I. (2012) Orhanizatsiino-pravovyi mekhanizm zabezpechennia ekoloho-ekonomichnoi bezpeky ahrarnoho vyrobnytstva. [Organizational and legal mechanism for ensuring ecological and economic security of agricultural production]. *Agroecological Journal*, no. 1, pp. 10–14. (in Ukrainian)
8. Bahorka M. O. (2019) Methodological basis for forming the marketing strategy of agricultural production ecology. *Scientific journal "Black Sea Economic Studies"*, no. 37, pp. 71–75. Available at: [http://bses.in.ua/journals/2019/37\\_2019/15.pdf](http://bses.in.ua/journals/2019/37_2019/15.pdf)

**Список використаних джерел:**

1. Данилишин Б.М., Любченко О.М. Маркетингова стратегія регіонального продовольчого ринку. *Вісник Національної академії наук України*. 2008. № 5. С. 12–18.
2. Фастівець Н.П. Досвід реалізації маркетингової стратегії в діяльності підприємств АПК. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2012. № 3. С. 137–141.
3. Залізнюк В.П. Показники ефективності маркетингової стратегії експортної діяльності підприємства. *Конкурентоспроможність національної економіки та освіти: пошук ефективних рішень: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю* (м. Вінниця, 15 квітня 2015 р.): у 3-х т. – Т. 1 / редкол.: ВННІЕ ТНЕУ. Тернопіль: КРОК, 2015. С. 111–113.
4. Романенко О.О. Типологізація методів формування маркетингових стратегій промислових підприємств. *Науковий вісник Академії муніципального управління: Серія «ЕКОНОМІКА»*. 2013. Вип. 2. С. 101–108.
5. Редченко К.І. Стратегічний аналіз у бізнесі: навч. посіб. Вид. 2-ге, допов. Львів : Новий світ, 2003. 272 с.
6. Андреева Н.М., Мартинюк О.М. Маркетингові екологічні стратегії як концептуальний базис сталого розвитку підприємства. *Механізм регулювання економіки*. 2009. № 3, Т. 2. 119–125.
7. Шкуратов О.І. Організаційно-правовий механізм забезпечення еколого-економічної безпеки аграрного виробництва. *Агроекологічний журнал*. 2012. № 1. С. 10–14.
8. Bahorka M.O. Methodological basis for forming the marketing strategy of agricultural production ecology. *Scientific journal "Black Sea Economic Studies"*. 2019. № 37. P. 71–75.

**Багорка М. О.**

**Квасова Л. С.**

**Даценко Ю. Р.**

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

### **МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПРИ ФОРМУВАННІ, АНАЛІЗУ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ В АГРАРНОМУ ВИРОБНИЦТВІ**

В статті визначена сутність, значення і основні принципи системного та ситуаційного підходів як методологічної основи при формуванні маркетингової стратегії аграрного виробництва, а також представлена систематизація методів стратегічного аналізу для оцінки факторів середовища при формуванні маркетингової стратегії. Виділені основні причини, що обумовлюють системний підхід до використання методів при формуванні маркетингової стратегії. Автори відзначили, що стратегічний аналіз галузі, який є основою для всіх прикладних методів маркетингового дослідження, включає в себе підготовчі, аналітичні та заключні етапи. У цьому процесі задіяні різноманітні спеціалізовані методи, які дозволяють ідентифікувати потенційні та існуючі ризики для підприємств і галузі, а також розкривати можливості для розробки маркетингових стратегій. З огляду на це, невід'ємним етапом формування маркетингової стратегії автори вважають забезпечення стратегічної відповідності, що передбачає узгодження ресурсних та виробничих можливостей з ринковими умовами господарювання. На етапі стратегічного аналізу галузі критично важливо оцінити потенціал, адже розвиток ресурсно орієнтованих концепцій може змінити напрямок маркетингової стратегії з реактивної (відповідь на зміни у зовнішньому середовищі) на проактивну (попередження змін). Це вимагає розробки нових комбінацій в ланцюжку «ресурси – виробництво – ключові компетенції – організаційні здатності – стійкі конкурентні переваги». Використання представлених методів до формування маркетингової стратегії аграрного виробництва дозволяє розглядати формування як процес, що складається з окремих етапів: формулювання місії, цілей та завдань маркетингової стратегії, аналізу ринку на основі факторів зовнішнього середовища підприємства прямого та непрямого впливу, оцінки потенційних можливостей галузі, розробки «дерев рішень» та оцінки ефективності прийнятих управлінських рішень.

**Ключові слова:** маркетингова стратегія, аграрне виробництво, системний та ситуаційний підходи, стратегічний аналіз, макро- і мікросередовище, інноваційний розвиток.

УДК 378.147: 004

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-101-10>

Лісун Я. В.

Державний торговельно-економічний університет

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0823-7283>

## ОЦІНКА ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК КАНАЛУ КОМУНІКАЦІЙ У СФЕРІ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ДОСВІД УКРАЇНИ ТА СВІТУ

У статті проаналізовано динаміку чисельності освітніх інституцій у сфері вищої освіти, щодо їх присутності у соціальних мережах YouTube, Facebook, Instagram, Twitter. Здійснено сегментацію ЗВО з урахуванням середньої в світі кількості підписників та вподобань ЗВО у соціальних мережах за даними рейтингу uniRank. Проведено діагностику відповідності кількості підписників ЗВО України, Польщі та Німеччини середньому в світі значенню за такими соціальними мережами, як: Facebook, Instagram та Twitter. Надано кількісну та якісну інтерпретацію отриманих результатів за шкалою бажаності Харінгтона. Обґрунтовано доцільність розвитку інституційних акаунтів відчизняних ЗВО у соціальних мережах з метою побудови та зміцнення соціальних та маркетингових комунікацій з цільовою аудиторією.

**Ключові слова:** заклад вищої освіти, послідовники, вподобання, ступінь використання соціальних мереж, індекс відповідності кількості підписників, конкурентне позиціонування у соціальних мережах.

**Постановка проблеми.** Динамічні умови функціонування сучасного середовища сфери освіти в усьому світі характеризуються цифровізацією, конкурентним позиціонуванням освітніх брендів та взаємодією із цільовою аудиторією. Завдяки використанню мережі інтернет та соціальним медіа побудова комунікаційних процесів із цільовою аудиторією відбувається досить швидко. Провідні ЗВО світу приділяють значну увагу удосконаленню корпоративного веб-сайту та активно ведуть корпоративні акаунти у соціальних мережах. Актуальним завданням закладів вищої освіти є посилення своєї присутності на платформах найпопулярніших в світі соціальних мереж, таких як: Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn, X (раніше Twitter), Tik-Tok.

Соціальні медіа дозволяють освітнім установам взаємодіяти із зацікавленими сторонами, обмінюватися інформацією та створювати інтерактивний досвід, відіграючи тим самим вирішальну роль у забезпеченні ефективної реалізації комунікаційних стратегій закладів вищої освіти (ЗВО).

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням побудови комунікацій у сфері освіти з використанням соціальних мереж присвячені дослідження таких вітчизняних вчених, як: О. Дзюбіна, О. Піддубцева, Л. Семак [1-3] та іноземних авторів М. Долерайд, Я. Мінара, С. Мір, Е. Надім, М. Ревну, Н. Сайніл, М. Шарма [4-9]. Позитивний та негативний вплив соціальних мереж на сферу освіти також широко вивчається науковцями [5]. П. Фапмхаус [10] досліджує соціальні мережі як інструмент комунікації держави з громадянами та вивчає особливості ведення інституційних акаунтів на рівні міністерств, в тому числі і міністерствами освіти і науки України та Польщі.

Комунікація в соціальних мережах – це процес створення, спільного використання та обміну інформацією та ідеями у віртуальних спільнотах і мережах, що базується на використанні платформ соціальних медіа, таких як Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube та ін.

За типом спілкування комунікації у соціальних мережах поділяються на: особисте спілкування, професійне спілкування, ділове спілкування та масову комунікацію. Особисте спілкування передбачає взаємодію між людьми, такими як друзі, члени родини та знайомі. Професійне спілкування

стосується взаємодії між професіоналами або в рамках професійних мереж. Ділова комунікація передбачає взаємодію між компаніями та їхніми клієнтами (ЗВО та студентами, бізнес-партнерами), тоді як масова комунікація стосується поширення інформації серед великої аудиторії.

Для особистого спілкування зазвичай використовуються такі платформи соціальних мереж, як Facebook, Instagram і Snapchat. Професійне спілкування в соціальних мережах може включати обмін професійними оновленнями, галузевими новинами та ідеями, участь у професійних обговореннях. Платформами соціальних мереж які зазвичай використовуються для професійного спілкування, дозволяють продемонструвати професійні навички, знання та досягнення, а також створити особистий бренд є LinkedIn і Twitter. Використання офіційних інституційних акаунтів у сфері освіти дозволяє ЗВО поширювати інформацію серед широкої аудиторії та взаємодіяти зі своїми зацікавленими сторонами в більш інтерактивний та персоналізований спосіб.

За даними Data Reportal [11], станом на січень 2023 р. найпоширенішими платформами соціальних мереж у світі є: Facebook (2,96 мільярдів користувачів); YouTube (2,51 мільярдів користувачів); WhatsApp (2,0 мільярдів користувачів); Instagram (2 мільярдів користувачів); WeChat (1,31 мільярдів користувачів); Tik Tok (1,05 мільярдів користувачів); Facebook Messenger (931 мільйони користувачів); Douyin (715 мільйони користувачів); Telegram (700 мільйони користувачів); Snapchat (635 мільйони користувачів). Отже, приблизно 62% населення світу користується соціальними мережами [11; 12].

За даними Global Web Index [12], близько 46% користувачів Інтернету в усьому світі отримують новини через соціальні мережі, що навіть перевищує частку користувачів, які переглядають новини на веб-сайтах новин (40%). Покоління Z і міленіали частіше переглядають новини в соціальних мережах порівняно з іншими поколіннями [4].

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Разом з тим потребує подальшого розвитку методика діагностики та кількісної оцінки рівня використання соціальних мереж закладами вищої освіти.

Матеріалами дослідження є: 1) праці відчизняних та зарубіжних вчених у сфері цифрових медіа та комунікацій; 2) практичні метрики провідних закладів вищої освіти світу у соціальних мережах станом на 2024 рр. Авторами данної статті використано ряд методів проведення досліджень: – методи накопичування фактів (реєстрація, вимірювання); – методи описування фактів; методи аналізу фактів і явищ за різними показниками і критеріями (оцінка, зіставлення, порівняння); – методи обґрунтування наукових висновків (синтезу); – методи вибору і обґрунтування наукових рекомендацій; – методи інтерпретації висновків. Результати дослідження отримано з використанням емпіричних методів дослідження, таких як: вимірювання, порівняння, узагальнення, систематизація, аналіз і синтез метрик використання соціальних мереж провідними світовими закладами вищої освіти.

**Метою** дослідження є визначення тенденцій використання соціальних мереж у сфері освіти та вивчення практичного досвіду провідних університетів світу щодо ведення інституційних акаунтів у соціальних мережах Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn, X (раніше Twitter), Tik-Tok.

**Виклад основного матеріалу.** Популярність кожного ЗВО на платформі соціальних мереж Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn, X (раніше Twitter), Tik-Tok можна дослідити за допомогою відкритої інформації рейтингу університетів uniRank [13]. Зазначений рейтинг ілюструє загальну кількість підписників та не спрямований на оцінку якості освіти чи рівня наданих академічних послуг ЗВО. Деякі великі ЗВО можуть мати кілька пов'язаних сторінок у соціальних мережах, наприклад, для кожного факультету чи адміністративної сфери (рекрутація, випускники, маркетинг, комунікації і т.д.) Рейтинг uniRank [13] ґрунтується на інформації про найзагальнішу та найпопулярнішу інституційну сторінку кожного ЗВО у відповідній соціальній мережі.

Безумовно, в кожній країні сфера освіти, як вид економічної діяльності, зазнає впливу та сама формує сучасні тренди в соціально-демографічній, економічній, технологічній та політичній сферах. Соціальні мережі ЗВО при цьому, часто відображають всі ці процеси, оскільки є сучасним каналом соціальних та маркетингових комунікацій та інструментом зв'язків з громадкістю.

Популярність інституційних сторінок закладів вищої освіти у соціальних мережах залежать від низки мікро- та макрофакторів:

Ключовими мікрофакторами є:

- репутація та розмір ЗВО;
- загальна присутність ЗВО в інтернеті, популярність у мережі та впровадження дистанційної освіти;

- рівень впровадження та використання ЗВО тієї чи іншої соціальної мережі як додаткового каналу до інституційного веб-сайту;

Макрофактори, що визначають специфіку використання соціальних мереж у сфері освіти та впливають на той чи інший ЗВО, є наступними:

- розмір сектору вищої освіти в країні;
- рівень використання Інтернету та швидкість з'єднання в країні;
- рівень прийняття та використання тієї чи іншої платформи соціальних медіа в країні [13].

За даними рейтингу ЗВО uniRank загальна кількість ЗВО по всьому світу, що представлені в базі uniRank за період 2018-2024 рр. збільшилась на 290 тис. закладів, тобто з 13,590 млн до 13,888 млн закладів вищої освіти (рис. 1) [13]. За період 2018-2024 рр. спостерігається активізація використання соціальних мереж закладами вищої освіти в світі (рис. 2).

За період 2018-2024 рр. кількість ЗВО у соціальних мережах за оцінкою рейтингу uniRank змінилась наступним чином: соціальна мережа Facebook – збільшення кількості ЗВО на 1299 закладів (з 9302 до 10531); соціальна мережа YouTube – збільшення кількості ЗВО

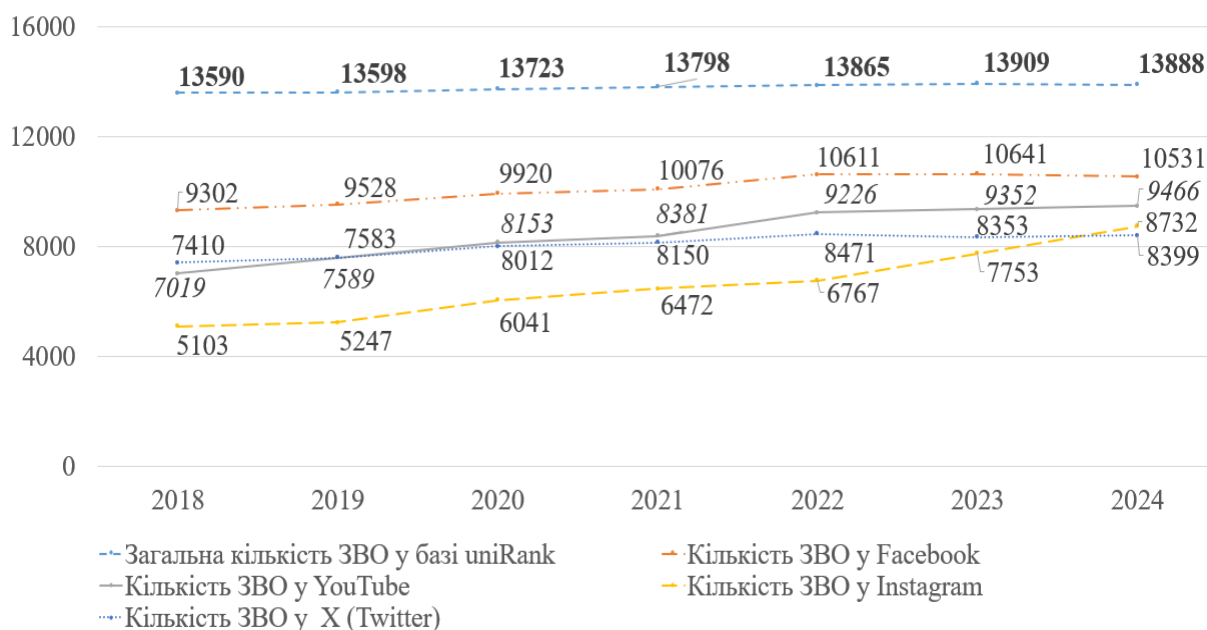


Рис. 1. Кількість ЗВО у світі, що ведуть інституційні акаунти у соціальних мережах за даними рейтингу uniRank за 2018-2024 рр.

Джерело: складено автором на основі uniRank [13]

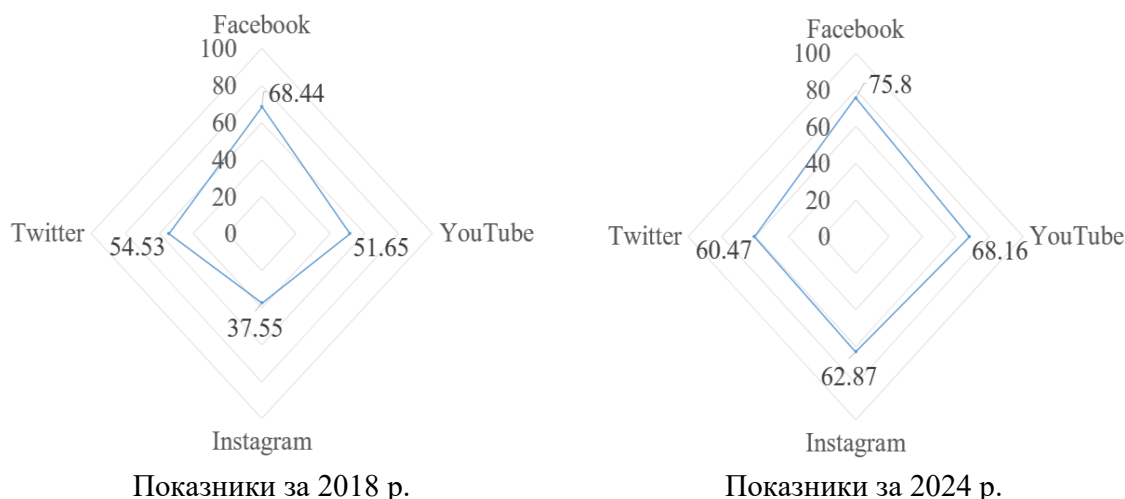


Рис. 2. Панель використання (рівень використання, %) соціальних мереж ЗВО за даними рейтингу uniRank за 2018 та 2024 рр.

Джерело: складено автором на основі uniRank [13]

на 2,447 закладів (з 7,019 до 9466.); соціальна мережа Instagram – збільшення кількості ЗВО на 3629 закладів (з 5107 до 8732); соціальна мережа X (Twitter) – збільшення кількості ЗВО на 989 закладів (з 7410 до 8399) [13].

Використання соціальних медіа у сфері освіти здійснюється переважно для інституційного позиціонування. Основна увага зосереджується значною мірою на організаційному та поведінковому змісті, та менше на темах науки чи досліджень. Діалогова природа середовища соціальних медіа дозволяє ЗВО вибудовувати соціальні комунікації, перш за все, із студентами з використанням звичних та сучасних для них каналів комунікації, якими є соціальні мережі.

За період 2018-2024 рр. спостерігається активізація використання соціальних мереж закладами вищої освіти в світі (рис. 2).

За період 2018-2024 рр. рівень використання соціальних мереж ЗВО в усьому світі значно підвищився (рис. 2). Станом на лютий-квітень 2024 р. середній в світі рівень використання соціальних мереж ЗВО є найбільшим у Facebook – 75,8%; у YouTube цей показник становить 68,16%; у Instagram відповідно – 62,87%; у X (Twitter) – 60,47% (див. рис. 2).

Популярність інституційних акаунтів ЗВО у соціальних мережах визначається як кількістю переглядів контенту (відео, постів), так і кількістю підписників (табл. 1).

Важливим індикатором відповідності рівня використання соціальних мереж конкретним

закладом освіти є показник середньої кількості послідовників ЗВО у соціальних мережах. Як показують фактичні дані рейтингу uniRank, середня в світі кількість послідовників в тій чи іншій соціальній мережі є різною, що обумовлено специфікою самих соціальних мереж, а також популярністю освітнього бренду кожного конкретного ЗВО. Також потрібно враховувати особливості поведінки аудиторії соціальних мереж, залежно від країни світу. У різних країнах популярність тієї чи іншої соціальної мережі відрізняється. Все це впливає на середнє значення показників у тій чи іншій соціальній мережі за версією рейтингу uniRank.

Найбільша кількість підписників ЗВО в усьому світі характерна для соціальної мережі Facebook, яка станом на лютий-квітень 2024 р. становила 50,143 тис. осіб. Аналогічний показник для Instagram становить 18,090 тис. осіб., а для X (Twitter) – 14,081 тис. осіб. За період 2018-2024 рр. чисельність підписників ЗВО у соціальної мережі Facebook зросла на 40%. Для соціальної мережі X (Twitter) зростання зазначеного показника становило 26%. За період 2018-2024 рр. чисельність підписників на інституційні акаунти ЗВО у соціальної мережі Instagram у всьому світі збільшилось більше, ніж у два рази (див. табл. 2).

Найбільша в світі кількість послідовників ЗВО у соціальних мережах (станом на лютий-квітень 2024 р.) належить півдним ЗВО світу і становить відповідно: соціальна мережа «Facebook» – Гарвардський університет (США) – 6,610 млн осіб та

Таблиця 1

Інформація щодо середньої в світі кількості підписників ЗВО у соціальних мережах за рейтингом uniRank за 2018-2024 рр.

Назва соціальної мережі	Фактичне значення кількості підписників, тис. осіб							Індекс зміни показника	
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2024/2018	2024/2023
Facebook	35,747	36,856	39,036	41,768	46,475	48,907	50,143	1,40	1,02
Instagram	8,336	11,488	11,649	13,020	15,045	17,474	18,090	2,17	1,04
X (Twitter)	11,204	11,829	12,845	13,133	13,324	12,259	14,081	1,26	1,15

Джерело: складено автором на основі uniRank [13]

Таблиця 2

## Інформація щодо сегментації ЗВО за кількістю підписників у соціальних мережах (станом на I півр. 2024 р.)

Діапазон значень кількості підписників для соціальних мереж, осіб			Характеристика ЗВО за кількістю підписників
Facebook	Instagram	X (Twitter)	
70,0-90,0 тис. та більше	20,0-25,0 тис. та більше	16,0-20,0 тис. та більше	Значне перевищення середньосвітового рівня (ЗВО-лідери)
50-70 тис.	15,0-20,0 тис.	12,0-16,0 тис.	Відповідність та помірне перевищення середньосвітового рівня
30-50 тис.	10,0-15,0 тис.	8,0-12,0 тис.	Наближення до середньосвітового рівня
10-30 тис.	5,0-10,0 тис.	4,0-8,0 тис.	Невідповідність середньосвітовому рівню
0,1-10 тис.	0,1-5,0 тис.	0,1-4,0 тис.	

Джерело: складено автором на основі рейтингу uniRank [13]

6,373 млн вподобань; Оксфордський університет (Великобританія) – 4,816 млн осіб та 4,524 млн вподобань; Національний автономний університет Мексики – 3,516 млн осіб та 3,376 млн вподобань; Міжнародний університет Даффодил (Бангладеш) – 2,874 млн осіб та 2,826 млн вподобань; Кембриджський університет (Великобританія) – 2,604 млн осіб та 2,417 млн вподобань [13].

Щодо найбільшої в світі кількості послідовників ЗВО у соціальних мережі «YouTube», то ситуація виглядає наступним чином (top-5 ЗВО світу з найвидатнішими показниками): Гарвардський університет (США) – 2,480 млн осіб підписників та середня кількість переглядів відео – 65,265 тис.; Стенфордський університет (США) – 1,900 млн осіб підписників та середня кількість переглядів відео – 69,304 тис.; Музичний коледж Берклі (США) – 1,620 млн осіб підписників та середня кількість переглядів відео – 189,619 тис.; Масачусетський технологічний університет (США) – 862,0 тис. осіб підписників та середня кількість переглядів відео – 135,735 тис.; Estbicio de S6 University (Бразилія) – 705,0 тис. осіб підписників та середня кількість переглядів відео – 91,409 тис. [13]. Середня кількість переглядів відео на YouTube визначається специфікою контенту та особливостями цільової аудиторії. Як показують вищенаведені дані, кількість переглядів відео у музичному коледжі Берклі втричі перевищує аналогічний показник Гарвардського та Стенфордського університетів при порівнянні меншій кількості підписників.

Контент-стратегія для соціальних медіа у ЗВО має узгоджуватися з їх місією, різноманітністю зацікавлених сторін. Крім того, соціальні медіа дозволяють ЗВО економічно ефективно охоплювати ширшу аудиторію, відстежувати суспільні настрої та краще розуміти потреби зацікавлених сторін [8; 14].

Соціальна мережа Instagram як канал маркетингових та соціальних комунікацій ЗВО у світі характеризується наступними даними (top-5 ЗВО світу з найвидатнішими показниками): Гарвардський університет – 2,396 млн осіб підписників та 2,453 тис. постів; Оксфордський університет (Великобританія) – 1,493 млн осіб підписників та 3,290 тис. постів; університет Гаджа Мада (Індонезія) – 1,307 млн осіб підписників та 2,622 тис. постів; Кембриджський університет (Великобританія) 1,278 млн осіб підписників та 4,005 тис. постів; Стенфордський університет (США) – 1,150 млн осіб підписників та 2,138 тис. постів [13].

Найбільша в світі кількість послідовників ЗВО у соціальних мережі «X (Twitter)» належить таким ЗВО: Національний автономний університет Мексики – 3,449 млн осіб підписників та в середньому 576 постів за місяць; Університет короля

Абдулазіза (Саудівська Аравія) – 1,745 млн осіб підписників та в середньому 277 постів за місяць; Гарвардський університет (США) – 1,677 млн осіб підписників та в середньому 279 постів за місяць; Масачусетський технологічний університет (США) – 1,335 млн осіб підписників та в середньому 122 постів за місяць; Університет Індонезії – 1,254 млн осіб підписників та в середньому 207 постів за місяць [13].

Узагальнюючи дані щодо присутності ЗВО у соціальній мережі Facebook, можемо зазначити, що серед TOP-200 університетів світу 24 заклади мають кількість підписників більше 1 млн; близько 85 університетів мають кількість підписників більше 500 тис. осіб.; решта ЗВО характеризуються кількістю підписників 100-500 тис. осіб [13].

Щодо присутності ЗВО у соціальній мережі YouTube, то серед TOP-200 університетів світу лише 3 заклади мають кількість підписників більше 1 млн; близько 4 університетів мають кількість підписників більше 500 тис. осіб.; близько 60 ЗВО характеризуються кількістю підписників 100-500 тис. осіб.; решта ЗВО характеризуються кількістю підписників 50-100 тис. осіб [13].

Серед TOP-200 університетів світу у соціальній мережі X (Twitter) лише 7 закладів мають кількість підписників більше 1 млн осіб; близько 10 університетів мають кількість підписників більше 500 тис. осіб.; решта ЗВО характеризуються кількістю підписників 100-500 тис. осіб [13].

Очевидно, що рейтинг uniRank охоплює не всі заклади вищої освіти у світі, а лише ті, що відповідають критеріям зазначеного рейтингу. Скористаємось інформацією щодо середньої в світі кількості підписників на інституційні акаунти ЗВО у соціальних мережах (див. табл. 1) для розробки шкали оцінювання відповідності кількості підписників для кожного конкретного ЗВО або сукупності ЗВО для певної країни (відповідно до вибірки за рейтингом uniRank) [13] (табл. 2).

Діапазони значень середньої в світі кількості підписників ЗВО у соціальних мережах, представлені у табл. 2, було визначено емпірично на основі більш детального аналізу даних рейтингу uniRank за провідними ЗВО та країнами світу.

Наприклад, для соціальної мережі Facebook визначено наступні діапазони значень за кількістю підписників: 0,1 – 10 тис. осіб; 10-30 тис. осіб; 50-70 тис. осіб; більше 70 тис. осіб. Для соціальних мереж Instagram та X (Twitter) діапазони значень за кількістю підписників є дещо іншим (див. табл. 2), що обумовлено іншим значенням середньосвітової кількості підписників у цих соціальних мережах (див. табл. 1). Соціальні мережі динамічно розвиваються і кількість підписників



щорічно збільшується. Тому зазначені діапазони за кількістю підписників потребують оновлення для оцінки ЗВО у майбутньому.

З метою проведення конкурентного аналізу проаналізуємо характеристика присутності ЗВО України, Польщі та Німеччини у соціальній мережі Facebook за даними рейтингу uniRank у 2024 р. (табл. 3).

Середнє в світі значення кількості підписників ЗВО у Facebook за даними рейтингу uniRank у 2024 р. становить 50 тис. Саме це значення кількості підписників використано в нашому дослідженні як еталонне (бажане) значення при порівняльному аналізі та визначенні індексу відповідності середньої кількості підписників за групами ЗВО України, Польщі та Німеччини (табл. 3).

З метою отримання якісної інтерпретації значень індексу відповідності середньої кількості підписників в групі ЗВО еталонному (середньосвітовому) значенню скористаємось узагальненою функцією бажаності Харрінгтона. Це емпірична, функція, що має властивості безперервності і монотонності, може застосовуватися як узагальнений критерій оптимізації і оцінки практично будь-яких досліджуваних об'єктів.

В основі побудови функції лежить перетворення (відображення) вимірних значень  $t$  параметрів досліджуваного об'єкта ( $t \in M$ , де  $\{M\}$  – множина можливих значень, відповідних шкалі, що відповідає межах та точності вимірювань для даного параметру) в безрозмірну шкалу  $q$ , яка має назву шкали бажаності Харрінгтона. В результаті перетворення виміряні значення перераховуються в деякі абстрактні числа – часткову функцію бажаності і лежать в діапазоні від  $q=0$  до  $q=1$ . Цей діапазон ділиться на п'ять піддіапазонів з відповідною інтерпретацією оцінки: 0,0 – 0,2 – «дуже погано»; 0,2 – 0,37 – «погано»; 0,37 – 0,64 – «задовільно»; 0,64 – 0,8 – «добре»; 0,8 – 1,0 – «дуже добре» [16, с. 103-104].

ЗВО України, Польщі та Німеччини, що представлені у рейтингу uniRank станом на I півр. 2024 р. (табл. 3) автори даної статті умовно поділили на підгрупи за кількістю підписників (див. табл. 2). В результаті встановлено, що серед ЗВО України, представлених у рейтингу uniRank, підгрупу ЗВО з кількістю підписників у Facebook від 10 до 30 тис. осіб складають 15 закладів вищої освіти із кількістю підписників в середньому 10,99 тис. осіб та 9 закладів вищої освіти із кількістю підписників в середньому 21,42 тис. осіб. Єдиним ЗВО України із кількістю підписників

більше 30 тис. осіб є приватний заклад вищої освіти – Європейський університет, м. Київ. Інституційний акаунт Європейського університету у Facebook налічує 36,42 тис. підписників

Середньосвітове значення – 50 тис. підписників. (станом на 2024 р.) обрано як еталонне (бажане) значення кількості підписників на інституційний акаунт ЗВО у Facebook. З урахуванням цього авторами статті розраховано індекс відповідності середньої кількості підписників в групі ЗВО бажаному значенню та надано його інтерпретацію за шкалою Харрінгтона (табл. 3).

Сукупність ЗВО України у рейтингу uniRank, що складають підгрупу I з кількістю підписників від 10 до 30 тис. осіб отримали оцінку «погано» та «задовільно». ЗВО, що увійшли до підгрупи II з кількістю підписників від 30 до 50 тис. осіб отримали оцінку «добре».

Моніторинг ЗВО Польщі, представлених у рейтингу uniRank, що складають підгрупу I з кількістю підписників від 10 до 30 тис. осіб (це відповідно 36 ЗВО і середньою кількістю підписників 14,94 тис. осіб та 25 ЗВО і середньою кількістю підписників 25,03 тис. осіб) також отримали оцінку «погано» та «задовільно», порівняно із бажаним середньосвітовим значенням кількості підписників у Facebook – 50 тис. осіб. ЗВО Польщі, що увійшли до підгрупи II з кількістю підписників від 30 до 50 тис. осіб (це 10 ЗВО і середньою кількістю підписників 33,08 тис. осіб та 7 ЗВО і середньою кількістю підписників 42,88 тис. осіб) отримали оцінку відповідно «добре» та «дуже добре».

Сукупність ЗВО Німеччини у рейтингу uniRank, що складають підгрупу I з кількістю підписників від 10 до 30 тис. осіб (це 67 ЗВО і середньою кількістю підписників 20,47 тис. осіб та 29 ЗВО і середньою кількістю підписників 24,87 тис. осіб) також отримали оцінку «погано» та «задовільно». ЗВО Німеччини, що увійшли до підгрупи II з кількістю підписників від 30 до 50 тис. осіб (це 6 ЗВО і середньою кількістю підписників 42,88 тис. осіб та 8 ЗВО і середньою кількістю підписників 48,14 тис. осіб) отримали відповідно оцінку «добре» та «дуже добре», порівняно із бажаним середньосвітовим значенням кількості підписників у Facebook – 50 тис. осіб.

Серед TOP-5 ЗВО України, що мають найбільшу кількість підписників на інституційні акаунти у соціальній мережі Facebook наступні: Європейський університет – 60,453 тис. підписників та 59,185 тис. вподобань; Український католицький університет – 50,053 тис. підписників

Таблиця 3

**Характеристика присутності ЗВО України, Польщі та Німеччини у соціальній мережі Facebook за даними рейтингу uniRank у 2024 р.**

№	Україна			Польща				Німеччина			
1	Кількість ЗВО у рейтингу uniRank, що складають підгрупу за середньою кількістю підписників										
	15	9	1	36	25	10	7	67	29	6	8
2	Середня кількість підписників в підгрупі ЗВО, тис. осіб										
	10,99	21,42	36,42	13,58	23,67	34,78	45,14	20,47	24,87	34,36	45,09
	Пгр. I		Пгр. II	Пгр. I		Пгр. II		Пгр. I		Пгр. II	
3	Індекс відповідності середньої кількості підписників в групі ЗВО бажаному значенню										
	0,29	0,50	0,73	0,30	0,50	0,69	0,90	0,41	0,49	0,69	0,90
4	Оцінка індексу відповідності середньої кількості підписників за шкалою бажаності Харрінгтона										
	погано	задовільно	добре	погано	задовільно	добре	дуже добре	задовільно	задовільно	добре	дуже добре

Джерело: складено автором на основі рейтингу uniRank [13]

та 42,210 тис. вподобань; Київський національний університет ім. Т. Шевченко – 36,419 тис. підписників та 29,376 тис. вподобань; Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна – 28,937 тис. підписників та 24,214 тис. вподобань; Львівський національний університет ім. І. Франка – 28,320 тис. підписників та 21,942 тис. вподобань.

Серед TOP-5 ЗВО Польщі, що мають найбільшу кількість підписників на інституційні акаунти у соціальній мережі Facebook наступні: Університет соціальних та гуманітарних наук, м. Варшава – 230,513 тис. підписників та 222,652 тис. вподобань; Варшавський університет – 109,689 тис. підписників та 103,962 тис. вподобань; Ягелонський університет, м. Краків – 100,995 тис. підписників та 96,193 тис. вподобань; Гірничо-металургійна академія ім. Станіслава Сташиця у Кракові – 79,690 тис. підписників та 69,590 тис. вподобань; Університет Марії Склодовської-Кюрі, м. Люблін – 71,301 тис. підписників та 70,080 тис. вподобань.

Серед TOP-5 ЗВО Німеччини, що мають найбільшу кількість підписників на інституційні акаунти у соціальній мережі Facebook наступні: Європейський університет прикладних наук – 128,818 тис. підписників та 127,291 тис. вподобань; Мюнхенський технічний університет – 104,652 тис. підписників та 100,808 тис. вподобань; Університет Людвіга Максиміліана, м. Мюнхен – 100,167 тис. підписників та 95,000 тис. вподобань; Франкфуртський університет імені Йоганна Вольфганга Гете – 89,603 тис. підписників та 87,607 тис. вподобань; Рейнсько-Вествільський технічний університет, м. Аахен – 88,522 тис. підписників та 85,030 тис. вподобань.

Характеристика присутності ЗВО України, Польщі та Німеччини соціальній мережі Instagram представлена у табл. 4.

*Джерело: складено автором на основі рейтингу uniRank [13]*

Для соціальної мережі Instagram визначено наступні підгрупи за чисельністю підписників: I підгрупа – 5-10 тис. підписників; II підгрупа – 10-15 тис. підписників; III підгрупа – 15-20 тис. підписників. За даними рейтингу uniRank, середня в світі кількість підписників на інституційні акаунти ЗВО в соціальній мережі Instagram становить 18 тис. осіб. Саме це значення було обрано за еталонне при визначенні індексу відповідності за кількістю підписників в Instagram. За результатами моніторингу виділено три підгрупи ЗВО, що отримали оцінку «задовільно», «добре», «дуже

добре» (табл. 4). Найбільшою за чисельністю ЗВО є підгрупа I, як в Україні, так і в Польщі та Німеччині. Результати оцінювання використання інституційних акаунтів ЗВО України та Польщі в соціальній мережі Instagram є подібними. Щодо ЗВО Німеччини, то кількість університетів за всіма підгрупами є більшою, порівняно із Польщею та Україною, що свідчить про активне використання соціальної мережі Instagram як каналу комунікації у сфері освіти (див. табл. 4).

Аналогічні розрахунки здійснено для соціальної мережі Twitter (табл. 5). За еталонне значення кількості підписників у цій соціальній мережі обрано середнє в світі значення кількості підписників – 14 тис. осіб. Для зручності діагностики авторами визначено дві підгрупи ЗВО: I підгрупа – 8-12 тис. підписників; II підгрупа 12-16 тис. підписників. В Україні соціальна мережа Twitter використовується не так активно, як, наприклад у Польщі та Німеччині, що відповідним чином відображено в табл. 5.

За результатами діагностики присутності ЗВО Польщі та Німеччини у соціальній мережі Twitter отримано наступні оцінки за шкалою бажаності Харінгтона: «погано», «задовільно», «добре», «дуже добре». Отже, ЗВО Німеччини більш активно використовують соціальну мережу Twitter, порівняно із ЗВО Польщі.

Також потрібно зазначити, що рейтинг uniRank містить дані (що не ввійшли у данну статтю) про ЗВО України, Польщі та Німеччини, які отримали оцінку «дуже погано» або оцінку «дуже добре». Це означає, що наявний сегмент ЗВО, присутність яких у соціальних мережах є низькою (порівняно із середньосвітовим значенням) та сегмент ЗВО, що є лідерами за використанням соціальних мереж (акаунти яких налічують декілька сотень тисяч підписників). Разом з тим, потрібно зазначити, що присутність ЗВО у рейтингу uniRank (навіть з низькими показниками використання соціальних мереж) вже є певним інституційним досягненням, оскільки далеко не всі ЗВО потрапляють до зазначеного міжнародного рейтингу.

**Висновки з проведеного дослідження.** Соціальні медіа – це цифрові технології, які дозволяють обмінюватися ідеями та інформацією, включаючи текст і зображення, через віртуальні мережі та спільноти. Соціальні медіа, як правило, містять створений користувачами контент, який піддається залученню через лайки, поширення, коментарі та обговорення. Найбільшими платформами соціальних медіа (соціальними мережами) в усьому світі є Facebook, YouTube,

Таблиця 4

**Характеристика присутності ЗВО України, Польщі та Німеччини соціальній мережі Instagram за даними рейтингу uniRank у 2024 р.**

	Україна			Польща			Німеччина		
1	Кількість ЗВО у рейтингу uniRank, що складають підгрупу за середньою кількістю підписників								
	34	11	5	35	7	3	88	36	14
2	Середня кількість підписників в підгрупі ЗВО, тис. осіб								
	7,09	13,08	17,07	7,17	13,22	17,16	6,67	12,32	17,35
	Пгр. I	Пгр. II	Пгр. III	Пгр. I	Пгр. II	Пгр. III	Пгр. I	Пгр. II	Пгр. III
3	Індекс відповідності середньої кількості підписників в групі ЗВО бажаному значенню								
	0,39	0,73	0,95	0,40	0,73	0,95	0,37	0,68	0,96
4	Оцінка індексу відповідності середньої кількості підписників за шкалою бажаності Харінгтона								
	задовільно	добре	дуже добре	задовільно	добре	дуже добре	задовільно	добре	дуже добре

**Характеристика присутності ЗВО Польщі та Німеччини соціальній мережі Twitter за даними рейтингу uniRank у 2024 р.**

	Польща						Німеччина					
1	Кількість ЗВО у рейтингу uniRank, що складають підгрупу за середньою кількістю підписників											
	8	3	1	1	1	1	24	3	11	1	5	2
2	Середня кількість підписників в підгрупі ЗВО, тис											
	4,69	6,97	8,97	11,84	12,14	14,78	4,9	7,1	8,8	10,73	12,83	14,95
	Пгр. 1		Пгр. 2		Пгр. 3		Пгр. 1		Пгр. 2		Пгр. 3	
3	Індекс відповідності середньої кількості підписників в групі ЗВО бажаному значенню											
	0,34	0,49	0,64	0,85	0,87	1,05	0,35	0,51	0,63	0,77	0,92	1,07
4	Оцінка індексу відповідності середньої кількості підписників за шкалою бажаності Харінгтона											
	погано	задовільно	добре	дуже добре	дуже добре	дуже добре	погано	задовільно	добре	дуже добре	дуже добре	дуже добре

Джерело: складено автором на основі рейтингу uniRank [13]. Дані по Україні відсутні

WhatsApp, Instagram, WeChat, LinkedIn, X (Twitter). Соціальним медіа приписують одночасно допомогу людям у створенні спільнот та налігоджені комунікації, а також звинувачують у сприянні дезінформації та ворожнечі. Соціальні мережі також стають все більш важливою частиною соціальних і маркетингових кампаній, зокрема і у сфері освіти.

Комунікації в соціальних мережах відіграють значну роль у суспільстві та змінюють спосіб спілкування і взаємодії між їхніми користувачами, а також спосіб спілкування та взаємодії ЗВО з усіма своїми зацікавленими сторонами. Все вищезазначене також впливає на різні аспекти суспільства, включаючи політику, освіту, культуру та економіку.

За даними рейтингу uniRank у 2024 р. та з використанням шкали бажаності Харінгтона, у статті представлено результати оцінювання використання власних інституційних акаунтів ЗВО у соціальних мережах Facebook, Instagram та Twitter. Результати дослідження показали, що ЗВО Польщі та Німеччини характеризуються кращими метриками власних інституційних акаунтів у Facebook, Instagram та Twitter, порівняно із ЗВО України. Водночас ЗВО Німеччини

характеризуються кращими метриками власних інституційних акаунтів у зазначених соціальних мережах, порівняно із ЗВО Польщі.

Серед ЗВО України, Польщі та Німеччини лідерами за кількістю підписників на інституційні акаунти у соціальній мережі Facebook є приватні університети: Європейський університет, м. Київ, Університет соціальних та гуманітарних наук, м. Варшава, Європейський університет прикладних наук, м. Берлін.

Приміром до висновку, що відчизняним закладам вищої освіти необхідно розвивати соціальні мережі, залучати активних особистостей та професіоналів із числа фахівців та студентів. На нашу думку та як показує практика, в сучасних умовах, молодий вік студентів не означає менші знання та досвід, особливо у сфері цифрових комунікацій. Це пояснюється тим, що цифрові технології та комунікаційне середовище соціальних мереж є природним середовищем спілкування, креативу та роботи сучасної молоді.

В подальшому пропонується дослідити тематичне наповнення інституційних акаунтів провідних ЗВО світу у соціальних мережах, що сприятиме формуванню ефективних контент-стратегій у сфері освіти.

#### Список використаних джерел:

- Дзюбіна О.І. Комунікативний аспект соціальних мереж Facebook і Twitter. *Вісник Дніпропетровського університету ім. Альфреда Нобеля. Серія філологічні науки*. 2016. № 2 (12). С. 218–222.
- Семак Л.А., Піддубцева О.І. Соціальна комунікація як важлива передумова успішного здобуття вищої освіти. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2024. № 1 (208). С. 335–339.
- Робота із соціальними мережами Посібник з питань використання соціальних мереж. Департамент преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. Київ, серпень 2020. 47 с.
- Dollarhide Maya Social Media: Definition, Importance, Top Websites and Apps. July 31, 2024. URL: <https://www.investopedia.com/>
- Md Asadullah, Minara Yesmin Impact of Social Media on Education: Both Positively and Negatively. *International Journal of Advanced Research in Science and Technology*. May 2023. Volume 3. Issue 10. P. 272–277.
- Monika Sharma Social Media and its role in Education. In book: *Multidisciplinary Approaches in Social Sciences, Education and Languages*. 2024. Vol. 2. P. 167–177.
- Muammar Revnu Ohara1 The Role of Social Media in Educational Communication Management. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*. 2023. Vol. 1. Issue 2. P. 70–76.
- Nadim E Social Media Communication. Oct 28, 2023. URL: <https://corethos.com/glossary/social-media-communication/>
- Navneet Saini1, Sajad Ahmad Mir. Social Media: Usage And The Impact On Education. *Journal of Namibian Studies*. 2023. URL: [https://www.researchgate.net/publication/373775991\\_Social\\_Media\\_Usage\\_And\\_The\\_Impact\\_On\\_Education](https://www.researchgate.net/publication/373775991_Social_Media_Usage_And_The_Impact_On_Education)
- Фармхаус П.Р. Соціальні мережі як інструмент комунікації держави з громадянами: аналіз проблем та шляхів оптимізації. *Актуальні проблеми у сфері публічного управління*. 2023. Том 34 (73). С. 169–174.
- DataReportal. URL: <https://datareportal.com/>
- Global Web Index. URL: <https://www.gwi.com/reports/social>
- Rating of higher educational institutions uniRank. URL: <https://www.4icu.org/top-universities-world/>
- What is the relationship between social media and HEI communication strategy. URL: <https://typeset.io/questions/what-is-the-relationship-between-social-media-and-hei-4tg8yram02>
- Волков К.С., Волков С.Л., Казакова Н.Ф. Удосконалення розрахунків показників якості за функцією бажаності Харінгтона. *Сучасний захист інформації*. 2017. № 1. С. 103–108.

**References:**

1. Dziubina O. I. (2016) Komunikatyvnyi aspekt sotsialnykh merezh Facebook i Twitter [Communicative aspect of social networks Facebook and Twitter]. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu im. Alfreda Nobelia. Seriya filolohichni nauky*, no. 2 (12), pp. 218–222.
2. Semak L. A., Piddubtseva O. I. (2024) Sotsialna komunikatsiia yak vazhlyva peredumova uspishnoho zdobuttia vyshchoi osvity [Social communication as an important prerequisite for successful higher education]. *Naukovi zapysky. Seriya: Filolohichni nauky*, no. 1 (2024), pp. 335–339.
3. Press and Public Information Department of the EU Consultative Mission in Ukraine (2020) Robota iz sotsialnymy merezhamy Posibnyk z pytan vykorystannia sotsialnykh merezh. [Working with social networks Guide to the use of social networks]. Kyiv. 47 p.
4. Dollarhide Maya Social Media: Definition, Importance, Top Websites and Apps. (July 31, 2024). Available at: <https://www.investopedia.com/>
5. Md Asadullah, Minara Yesmin (May 2023) Impact of Social Media on Education: Both Positively and Negatively. *International Journal of Advanced Research in Science and Technology*, no. 3, issue 10, pp. 272–277.
6. Monika Sharma (2024) Social Media and its role in Education. In book: *Multidisciplinary Approaches in Social Sciences, Education and Languages*, no. 2, pp. 167–177.
7. Muammar Revnu Ohara1 (August 2023) The Role of Social Media in Educational Communication Management. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, no. 1, issue 2, pp. 70–76.
8. Nadim E (October 28, 2023) Social Media Communication. Available at: <https://corethos.com/glossary/social-media-communication/>
9. Navneet Saini1, Sajad Ahmad Mir (2023) Social Media: Usage And The Impact On Education. *Journal of Namibian Studies*. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/373775991\\_Social\\_Media\\_Usage\\_And\\_The\\_Impact\\_On\\_Education](https://www.researchgate.net/publication/373775991_Social_Media_Usage_And_The_Impact_On_Education)
10. Farmkhaus P. R. (2023) Sotsialni merezhi yak instrument komunikatsii derzhavy z hromadianamy: analiz problem ta shliakhiv optymizatsii [Social networks as a tool of state communication with citizens: analysis of problems and ways of optimization]. *Aktualni problemy u sferi publichnoho upravlinnia*, no. 34 (73), pp. 169–174.
11. DataReportal. Available at: <https://datareportal.com/>
12. Global Web Index. Available at: <https://www.gwi.com/reports/social>
13. Rating of higher educational institutions uniRank. Available at: <https://www.4icu.org/top-universities-world/>
14. What is the relationship between social media and HEI communication strategy. Available at: <https://typeset.io/questions/what-is-the-relationship-between-social-media-and-hei-4tg8yram02>
15. Volkov K. S., Volkov S. L., Kazakova N. F. (2017) Udoskonalennia rozrakhunkiv pokaznykiv yakosti za funktsiieiu bazhanosti Kharrinhona [Improvement of calculations of quality indicators by Harrington's desirability function]. *Suchasnyi zakhyst informatsii*, no. 1, pp. 103–108.

**Lisun Yanina**

State University of Trade and Economics

**ASSESSMENT OF THE SOCIAL NETWORKS USE AS A COMMUNICATION CHANNEL IN THE SPHERE OF HIGHER EDUCATION: EXPERIENCE OF UKRAINE AND THE WORLD****Summary**

The purpose of the study is to determine trends in the use of social networks in the field of education and to study the practical experience of the world's leading universities in maintaining corporate accounts in social networks Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn, X (formerly Twitter), Tik-Tok. The research materials are: 1) works of domestic and foreign scientists in the field of digital media, communications and public relations in the field of education; 2) quantitative data on the official institutional accounts of the world's leading HEIs in social networks as of 2024. The scientific article examines the specific environment of the world's leading HEIs in terms of maintaining corporate accounts in popular social networks according to uniRank rating data. For the period 2018-2024, the dynamics of the number of educational institutions in the field of higher education, as well as their presence in social networks Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, were analyzed. A panel of use (level of use) of social networks of higher education institutions was built based on uniRank rating data for 2018-2024. The information was analyzed and the segments of the HEIs were selected, taking into account the world average number of followers and preferences of the HEIs in social networks according to the uniRank rating. Diagnostics of the correspondence of the number of subscribers of the HEIs of Ukraine, Poland and Germany to the world average for such social networks as: Facebook, Instagram, Twitter was carried out. Quantitative and qualitative interpretation of the obtained results according to Harrington's scale of desirability is provided. The expediency of developing institutional accounts of foreign higher education institutions in social networks in order to create and strengthen social and marketing communications with the target audience is substantiated. The study of the thematic content of the institutional accounts of the world's leading HEIs in social networks is becoming important, which will contribute to the formation of effective content strategies in the field of education. Social media allow HSEs to cost-effectively reach a wider audience, monitor public sentiment and better understand the needs of stakeholders.

**Keywords:** institution of higher education, followers, preferences, degree of use of social networks, index of correspondence of the number of subscribers, competitive positioning in social networks.

## РОЗДІЛ 6 ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ТОРГІВЛЯ

УДК 334.72:338.43

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-101-11>

Горняк О. В.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4954-8101>

Перелі О. Б.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-5282-4482>

### ПІДПРИЄМНИЦТВО В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ: ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ

У статті розглянуто актуальні питання функціонування аграрного підприємництва у світовій практиці і в Україні. Обґрунтовано роль та значення підприємництва в аграрному секторі для функціонування країни й підвищення рівня життя її населення. Здійснено аналіз теоретичних підходів щодо сутнісної характеристики поняття «підприємництво» у історико-еволюційному контексті становлення сільсько-господарського виробництва. На основні оцінки збитків аграрного сектору України та аналізу функціонування сільськогосподарського виробництва у світових країнах – лідерах систематизовано основні підходи, що дозволяють підвищити результативність, рентабельність та ефективність аграрного підприємництва. Доведено важливість державної підтримки аграрного сектору економіки, як одного із більш ризикованих серед інших сфер господарювання. Окреслено специфічні та загальні ризики аграрного підприємства в Україні в сучасних умовах господарювання, що дозволить врахувати їх при прийнятті управлінських рішень на засадах інтелектуалізації, диджиталізації, екологізації та адаптивності. Систематизовано основні складові аграрного підприємництва: ресурсну; організаційно-управлінську і творчо-креативну, що потребують системного підходу при реалізації функцій підприємництва. Окреслено стратегічні цілі розвитку сільського господарства України на засадах оптимізації аграрного підприємництва й вітчизняного сталого розвитку на шляху досягнення високих показників, яких здатна досягти економіка у своєму повоєнному відновленні.

**Ключові слова:** аграрне підприємництво, сільськогосподарське виробництво, інтелектуалізація, диджиталізація, адаптивність, екологічність, інноваційність, державна підтримка, управління ризиками.

**Постановка проблеми.** Сучасні світові процеси пов'язані зі значною кількістю викликів, що вимагають пошуку і прийняття оптимальних управлінських рішень в усіх сферах господарювання. Як свідчить досвід розвинених країн світу важливого значення в цих умовах має розвиток аграрного сектору економіки, який, з одного боку, здатен суттєво підвищити ефективність соціально-економічного розвитку країни й господарюючих суб'єктів в ній, а з іншого – вимагає адаптаційних зрушень в контексті інформаційної економіки й глобалізаційно-інтеграційних процесів сьогодення. Для України, яка володіє потужним аграрним сектором, важливість опанування передових тенденцій його розвитку у складних умовах військової агресії РФ, є очевидною. Тому розгляд проблематики підприємництва в аграрній сфері на основі оцінки його стану та аналізу можливих позитивних зрушень з урахуванням світового досвіду є надзвичайно актуальним, особливо в контексті пошуку ефективних шляхів повоєнного відновлення української економіки в умовах її прагнення до європейської інтеграції й сталого розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням розвитку аграрного підприємництва присвячено роботи багатьох вітчизняних й зарубіжних вчених. М. Малік розглядає підприємництво як важливий інститут забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектора, що виступає засобом структурної перебудови економіки, стимулом до змін через інституціоналізацію відносин в умовах ринку [1]. Н. Райтер і Г. Мацьків розглядають аграрне підприємництво в контексті оцінки ризиків [2]. Н. Кравченко пропонує аналіз

аграрного підприємництва в історичному аспекті [3]. Питанням стратегічного управління економічним розвитком аграрного сектору України в регіональному розрізі присвячено дослідження Н. Петренко [4]. Є. Палійчук, С. Пінцак, К. Свирид на основі статистичного аналізу пропонують систему стратегічних цілей для підвищення рентабельності аграрної галузі [5].

Рафал Анджей Лізут розглядає процеси управління організаційно-економічною безпекою аграрних підприємств [6]. Питанням управління трудовим потенціалом в аграрній сфері на засадах сталого розвитку присвячено дослідження О. Васильєва [7]. І. Куценко опановує вплив інтеграції на розвиток суб'єктів аграрного бізнесу [8]. Наукові праці С. Петрухи стосуються антикризового регулювання аграрного сектору економіки України [9]. Агропромислове підприємництво та особливості його діяльності в умовах децентралізації досліджує О. Шебаніна [10]. Питання ведення і управління аграрним бізнесом розкрито закордонними авторами Н. Дідеро і М. Костаніро [11].

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Недостатньо дослідженими з нашої точки зору залишаються питання функціонування аграрного підприємництва України в умовах військової агресії та пошуку шляхів ефективного повоєнного відновлення на глобалізаційно-інтеграційних основах адаптивного сталого розвитку з урахуванням питань інтелектуалізації й наукового супроводу, екологізації, диджиталізації, впровадження передового вітчизняного і світового досвіду тощо.

**Метою** дослідження є теоретико-прикладне обґрунтування підприємництва в аграрній сфері

в контексті пошуку шляхів оптимізації соціально-економічного розвитку України у її повоєнному відновленні на основі використання передового вітчизняного досвіду та найкращих світових практик.

**Виклад основного матеріалу.** Україна, за оцінками експертів, має потужний аграрний сектор, який не випадково розглядається як базова складова суверенності держави й ефективності національної економіки. Як свідчать аналітики, до початку військової агресії РФ Україна за всю історію її незалежності «АПК жодного разу не мав негативного зовнішньоекономічного платіжного сальдо» [12]. Продовольча безпека та відповідно економічна, екологічна, енергетична захищеність, як відомо, є базовими чинниками функціонування сільського господарства і пов'язаних з ним галузей національної й світової економік, що створює основи соціально-економічного розвитку кожного домогосподарства, господарюючого суб'єкта, країни, світу.

До війни Україна експортувала 75% зернових культур, які виробляла, що позиціонувало її як одну із п'яти найбільших поставників аграрної продукції у світі. Власне споживання складало біля 20-25%. Серед видів аграрної продукції, що експортувала Україна у світовій питомій вазі: 47% – соняшникова олія, 14% – кукурудза, 10% – пшениця тощо [13]. Завдяки партнерським відносинам Україна, не дивлячись на війну, продовжує залишатися на світових ринках одним із головних постачальників зернових і соняшникової олії, що складає приблизно 10% міжнародної торгівлі ними. Так у 2023 році до 65 країн світу було експортовано 16,1 млн т пшениці, до 80 країн світу – 26, 2 млн т кукурудзи, до 130 країн світу – 5,7 млн т соняшникової олії [14].

Окреслене вище відбувається на фоні загального погіршення продовольчої безпеки, пов'язаного з повномасштабною військовою агресією РФ. Це

і зруйновані інфраструктура, підприємства, сільські угіддя, пошкодження або знищення сільськогосподарської техніки, порушення логістики, крадіжки виробленої продукції, окупація частини територій Херсонської й Запорізької областей, що призвело до суттєвого зменшення обсягів виробництва продукції сільськогосподарського призначення.

За даними аналітичного дослідження Київської школи економіки, на січень 2024 року загальні втрати від військової агресії РФ склали 157,2 млрд дол. США, серед яких втрати агропромислового комплексу (далі – АПК) і земельних ресурсів відповідно становлять 10,3 млрд дол., що складає приблизно 6,5% загальних втрат. 5,8 млрд дол. припадає на знищення або пошкодження сільськогосподарської техніки; 1,9 млрд дол. – втрати через крадіжку або знищення виробленої продукції. Інфраструктурні втрати, пов'язані зі зберіганням продукції сільськогосподарського призначення, наступні: зруйновано зерносховища ємністю 11,4 млн. т продукції, пошкоджено – ємністю 3,3 млн. т потужностей для зберігання (вартість відновлення останніх оцінена у 1,8 млрд дол.) [15]. Загальна оцінка прямих втрат агропромислового комплексу та земельних ресурсів України від військової агресії РФ на початок 2024 року представлена нами у таблиці 1.

За результатами проведеного у січні-лютому 2023 року дослідження ФАО (Food and Agriculture Organization of the United Nations), у якому взяли участь 1927 сільгоспдприємств 23 областей України (включаючи підконтрольні території Донецької, Харківської, Запорізької, Херсонської областей) на землях до 250 га, сільські домогосподарства за час повномасштабної війни зазнали збитків на суму 2,25 млрд дол. США. Відповідно галузь рослинництва втратила біля 1,26 млрд дол.,

Таблиця 1  
Характеристика прямих збитків від військової агресії РФ агропромислового комплексу і земельних ресурсів України на початок 2024 року

№	Види втрат	Одиниця виміру	Початкова кількість об'єктів на момент вторгнення РФ	Кількість пошкоджених об'єктів	Вартісна оцінка втрат млрд дол.
<b>З р у й н о в а н о</b>					
1.	Сільськогосподарська техніка	од.	764 323	130 603	5,43
2.	Зерносховища	ємність, тис. т	75 084	11 351	1,7
3.	Загиблі тварини (включаючи птахівництво і рибне господарство)	рибне господарство, тис. голів	203 292	1 899	0,1
4.	Зруйновані пасіки	бджолосім'ї	2 272 740	86 902	0,0
5.	Багаторічні культури	га	197 100	16 364	0,4
6.	Знищені та вкрадені фактори виробництва	т	962 951	135 993	0,1
7.	Знищена та вкрадена готова сільськогосподарська продукція	т	254 866 13	4 037 542	1,9
8.	Об'єкти аквакультури та рибальства	од.	2102	228	0,03
<b>П о ш к о д ж е н о</b>					
9.	Забій тварин внаслідок неможливості їх утримання	тис. голів	203 292	11 963	0,1
10.	Загиблі та зниклі бджоли	бджолосім'ї	2 272 740	192 526	0,0
11.	Сільськогосподарська техніка	од.	764 323	50 521	0,4
12.	Зерносховища	ємність, тис. т	75 084	3 341	0,1
	<b>Загальні прямі збитки інфраструктури</b>	<b>х</b>	<b>х</b>	<b>х</b>	<b>10,3</b>

Джерело: укладено авторами на основі розрахунків Агроцентру КШЕ (Центр досліджень продовольства та землекористування) [15]

а галузь тваринництва – 0,98 млрд дол. США. В цілому біля 25% сільськогосподарських домогосподарств України понесли втрати через військову агресію РФ, а у прифронтових областях цей показник досяг рівня 38% [16].

З урахуванням проведеного вище аналізу об'єктивно виокремлюється необхідність пошуку шляхів відновлення української економіки, у якій особливе місце займає сільськогосподарське виробництво, її аграрний сектор. Важливого значення у цьому, з нашої точки зору, займає вивчення передового світового досвіду у досліджуваній царині. Слід зазначити, що еволюційний економічний розвиток та світова практика аграрного виробництва суттєво пов'язана з підприємництвом, визначаючи сутність якого важливо зупинитися на змістовному наповненні самої дефініції «підприємництво».

Слід погодитися з Т. Паустовською, що економічна наука, як правило, розглядає підприємництво з двох основних точок зору: по-перше, як *форму економічної активності*, що орієнтована на «досягнення комерційного успіху, перспективності, інноваційний характер діяльності, незалежність і самостійність суб'єктів у прийнятті управлінських рішень»; по-друге, як *тип та стиль господарської поведінки*, в основі якої «мобільність, динамічність, творчий підхід до справи, ініціативність і заповзятливість, готовність до ризику й уміння ним управляти, орієнтація на потреби споживачів» [17].

Ще на початку XVIII століття англійський економіст Р. Кантільйон, якого називають засновником теорії підприємництва, застосував термін «підприємець» і пов'язав його, в першу чергу, з ризиковістю. Підприємництво за Р. Кантільйоном є економічною функцією, яка намагається привести у відповідність пропозицію з попитом на різноманітних товарних ринках. Протягом XIX–XX століть відбувається подальше осмислення категорії «підприємництво» під впливом реалій економічного розвитку. Дослідники класичної школи політекономії підприємницькі функції не відокремлювали від суто виробничих. При цьому слід звернути увагу, що представники раннього етапу класичної школи (У. Петті, П. Буагільбер, Ф. Кене тощо) основною галуззю господарювання в економічній системі країни називали сільське господарство – в контексті проблематики даної публікації підкреслюються об'єктивна необхідність та важливість розгляду підприємництва саме в аграрній сфері.

Видатний французький економіст XIX ст. Ж. Б. Сей, як і Кантільйон, почав пов'язувати підприємництво з організацією праці людей в процесі виробничої діяльності. Як людина, що мала досвід ведення власного бізнесу, Сей поставив підприємця у процесі виробництва і розподілу, називаючи його економічним агентом, за допомогою якого комбінуються основні фактори виробництва: праці, землі, капітал. «Ідеальний тип» підприємця Ж. Б. Сей пов'язав з такими підприємницькими функціями: поєднання факторів виробництва; збір інформації та накопичення досвіду; прийняття рішення й організація процесу виробництва.

Серед представників англійської класичної школи з точки зору популяризації самого терміну «підприємництво» слід назвати Дж. С. Міля. Ще у 1848 році він назвав серед основних функцій підприємця такі: керівництво, контроль, нагляд, ризиковість. Саме вони дають можливість

процвітання у ринковому просторі тим, хто уміло ризикує, здатен впроваджувати нові економічно обґрунтовані технології, вдосконалює організацію виробництва та збуту виробленої продукції – це дозволяє забезпечити максимально можливий результат за наявної ресурсної бази.

Класичне вчення про підприємця належить відомому економісту та соціологу Й. Шумпетеру, який вважається головним ідеологом підприємництва. В концепцію підприємництва він заклад три основні засади через розуміння його функцій, які, з нашої точки зору, є актуальними і сьогодні, в тому числі і при розгляді питань удосконалення аграрного підприємництва:

по-перше, революціонізація та реформування виробництва через використання різних можливостей для випуску нових або старих товарів новими методами, застосування нових джерел сировини, нових ринків й реорганізації виробництва. Зміст підприємництва у «здійсненні нових комбінацій» факторів виробництва чи різних нововведень;

по-друге, універсальною функцією будь-якої економічної системи є підприємництво, яке поєднується з іншими видами діяльності (управлінням, маркетингом, науковими розробками тощо). Статус власника за Й. Шумпетером не є визначальною рисою підприємця;

по-третє, функція підприємництва корелює з лідерством і новаторством, а інновації, в свою чергу, є дітищем підприємництва. Відповідно підприємець – творець інновацій.

«Завдання підприємців», – підкреслював Й. Шумпетер, – «реформувати і революціонізувати підприємство шляхом упровадження винаходів, а в більш загальному розумінні – через використання нових технологічних можливостей для виробництва нових або старих товарів, але новим методом завдяки відкриттю нового джерела сировини або нового ринку готової продукції – аж до самої реорганізації колишньої і створення нової галузі промисловості» [17]. Завдяки Й. Шумпетеру підприємець отримав статус суб'єкта самостійного аналізу в економічній науці. Прозорливість дослідника полягає в тому, що з починаючи з другої половини XX ст. підприємець перетворився чи не на центральну постать господарської діяльності, що відповідним чином вплинуло і на розвиток аграрної галузі. Тотожність підприємництва й менеджменту запропонував розглядати англієць А. Маршалл у роботі «Принципи економіки», наголошуючи на інноваційності та ролі самого підприємця як активного новатора. Суть підприємництва через впровадження інноваційних економічних можливостей через поведінку підприємця обґрунтував наприкінці XX сторіччя лауреат Нобелівської премії з економіки Ф. Гайек.

У представленому вище теоретичному огляді сутності підприємництва простежується чітке розуміння того, що воно, особливо в галузі сільського господарства, пов'язане, передусім, з креативністю (пошуком нових можливостей господарювання), ризикованістю, інноваційністю, адаптивністю до викликів. Слушною в цьому контексті є точка зору В. Ковальчук, що «мислення підприємця гнучке і диференційоване, ґрунтується на широкому кругозорі, впертості і рішучості, хитрості і фантазії, кмітливості і спеціальних знаннях, його реакція на ринкові зміни має бути миттєвою» [18, с. 127].

Пошук шляхів ефективного аграрного підприємництва на практиці, особливо у непростих

умовах вітчизняних реалій, має спиратися не тільки на власні підходи й тенденції, а і на позитивний досвід світових лідерів у даній царині.

*Сполучені Штати Америки* ще з початку свого заснування визначили сільському господарству ключову роль, адже «продукти харчування були товаром гарантованого продажу, а земля у власності закріплювала майбутні перспективи. Але згодом ця перевага перетворилося на недолік – проблему перевиробництва» [19]. Для нівелювання негативного впливу погодних умов та неврожаїв, спочатку американський уряд запроваджував різні види допомоги, основною із яких було *субсидювання*. Проте через процеси монополізації аграрного сектору та технологічного розвитку сільськогосподарська галузь втрачала своє лобі в Конгресі США через зменшення кількості фермерських господарств. Тому з 2014 року субсидювання було змінено на інструмент *страхування ризиків*, розмір чого залежить від погодних умов та інших непередбачуваних ситуацій на ринку. Для впровадження цього інструменту був прийнятий Закон про сільське господарство – 2014. Прямі виплати були замінені на страхові, а концепція страхування була розширена на усю сферу аграрного сектору. Існує дві основні програми підтримки американських фермерів: 1. страхування від падіння цін (PLC) – передбачає компенсації при падінні цін на продукцію рослинництва падають нижче визначених рівнів; 2. страхування сільськогосподарських ризиків (ARC) – у разі зменшення доходів фермерів нижче середнього показника по країні забезпечує їм виплати. Крім цього, є ще декілька варіантів страхування прибутків або врожаю – страхові премії коливаються за ставками 38% – 80% в залежності від різних варіантів, обраних сільськогосподарськими виробниками. Це дає можливість зробити продукцію аграрного сектора доступною за ціною. Через процеси глобальної зміни клімату американські фермери зацікавлені в управлінні ризиками, як вважають фінансові аналітики. При цьому за рахунок законодавства щодо підтримки сільськогосподарського виробництва може спостерігатися схильність використовувати фермерами більш ризикованих у контексті врожайності регіонів, що слід взяти до уваги урядовцям України. В цілому головний тренд функціонування сільського господарства у США: від субсидювання до страхування.

*Нідерланди* займають друге місце у світі після США у світовому експорті сільськогосподарської продукції. Серед основних товарів, які експортуються – квіти, рослини, м'ясо, молочна продукція, овочі, фрукти. Сьогодні у сільському господарстві Нідерландів робиться ставка не тільки на зростання продуктивності, а у більшому ступені – на інновації, сталий розвиток галузі, покращення умов для утримання тварин, використання відновлюваних джерел енергетики тощо. Фермери можуть отримувати субсидії від держави через різні програми. Голландське агентство з питань підприємництва RVO відмічає, що лише 5% фермерів – молодші 35 років. Тому особливо актуалізується залучення молоді (до 39 років) до сільськогосподарського підприємництва за рахунок додаткових позик від держави, якщо вони будуть витрачені на конкретні цілі – покращення якості продукції або умов утримання тварин, оптимізацію виробництва тощо. Для інвестування у землю, будівництво, техніку, обладнання фермерам до 41 року пропонується додаткова допомога.

Також важлива увага приділяється державою до фермерських господарств, які пропонують екологічно чисту продукцію, відмовившись від використання у виробничому процесі хімікатів і пестицидів. Уряд стимулює розширення дистрибуції та конкурентоздатності екотоварів, наприклад, за рахунок підписання відповідних договорів із Федерацією агропромисловості і тепличного виробництва та супермаркетами.

Важливим є підтримка наукових досліджень в питаннях збільшення використання біомаси як палива у фермерських господарствах – до 2030 року очікується заміна 30 відсотків нафтопродуктів на продукцію «зеленої» енергетики.

Таким чином, основний пріоритет розвитку сільського господарства Нідерландів – сталий розвиток, інноваційність, екологічність та енергозбереження.

*Франція*. Основою сільського господарства Франції є приватне землеволодіння, яке серед інших є більш опікуваним державою. Перше місце у Європі і третє місце у світі Франція посідає за обсягом виробленої сільськогосподарської продукції, яка щороку виробляється приблизно 7% працездатного населення в галузі та експортується на суму більше 40 млрд євро. Профспілки піклуються про умови життя й діяльності фермерів, їх мінімальний рівень доходів навіть в умовах неврожаїв або інших перешкод. Система оподаткування є особливою, вона базується на даних земельної кадастру, середніх показниках вартості продукції, витратах виробництва, врожайності та продуктивності худоби.

У середньому 40 млрд євро на рік витрачається державою на підтримку аграрного сектору. Існує система пільгових кредитів для сільського господарства (наприклад, на закупівлю нової сільгосптехніки під ставку 3-4% річних, а на придбання землі – приблизно 7% річних). Банк «Креді Агріколь», який доречі працює і в Україні, є головним у кредитному забезпеченні французьких аграріїв. Окрім урядової підтримки сільського господарства Франції активно підтримує Євросоюз завдяки Єдиній сільськогосподарській політиці (ЄСХП) у розмірі 17% свого загального бюджету, в результаті одне французьке господарство отримує у середньому біля 12 тис. євро на рік у вигляді субсидій. При цьому невдоволення фермерів періодично реалізується через протести, на які реагують державні інституції, намагаючись підтримати такий важливий сектор економіки, як сільське господарство.

*Австралія*. Сільськогосподарські угіддя складають приблизно дві третини площі Австралії. Більшість них використовується для потреб тваринництва, яке дорівнює понад 66% (дві третини) вартості продукції сільського господарства. Австралія займає четверте місце серед експортерів сільськогосподарської продукції у світі, виробниками якої є, переважно, фермерські господарства, що охоплюють майже 61% території країни.

У 1986 році утворилася так звана Кернська група із 19 країн-виробників сільськогосподарської продукції (на них припадає майже 20% світового експорту), де Австралія займає лідерські позиції. 12% ВВП Австралії – це сільське господарство та пов'язані з ним галузі, обсяг валової доданої вартості яких становить більше 155 млрд дол. Країна забезпечує 14% поголів'я вівців у світі, 9% усього світового виробництва вовни. Зернові культури, цукор, молочні продукти, фрукти – у виробництвах їх Австралія серед лідерів. Щодо



пшениці – половина орної площі країни зайнята її вирощуванням, а на збирання пшениці приходить одна тонна на душу населення.

Для захисту національного аграрного сектору, боротьби з техногенними і природними факторами (переважно це посухи, пожежі тощо) уряд надає фермерам фінансову підтримку у вигляді дотацій й преференцій (короткострокові кредити з низькою відсотковою ставкою, гранти, спеціальні платежі, імпорتنі мита тощо). Система оподаткування побудована таким чином, що виробники різної сільськогосподарської продукції сплачують податки за різними ставками оподаткування. Наприклад виноробство має певні переваги у порівнянні з цукровою промисловістю, яка не отримує податкових пільг. Крім того, надаються податкові пільги фермерським господарствам для компенсації амортизаційних витрат сільськогосподарського обладнання. Як бачимо, ринкові засади сільськогосподарського господарювання поєднані з оптимальною державною підтримкою аграрного сектору. Це дає можливість не тільки забезпечувати власні потреби у повному обсязі, а й бути лідерами у експорті продукції сільськогосподарства.

**Канада.** Країна, яка займає п'яту сходинку у складі лідерів за обсягом експорту продукції сільськогосподарства. У ВВП Канади аграрний сектор займає приблизно до 2%, що забезпечує зайнятість більше 2 мільйонів канадців та дає у середньому 100 млрд дол. на ВВП країни у рік. Експортує при цьому Канада сільськогосподарської продукції щорічно на понад 40 млрд дол.

Державна підтримка сільськогосподарства Канади у разі менша, ніж у країнах Європейського Союзу, але є значною і складає щороку від 6 до 8 млрд доларів. Ці достатньо низькі показники певною мірою компенсуються унікальною системою державної монополії на закупівлю таких продуктів як молоко, сир, яйця, птиця тощо, яка має назву – «управління поставками». Державні компанії, які спеціально створюються, регулюють пропозицію зазначених вище товарів, контролюють внутрішнє виробництво та обмежують імпорт за допомогою високих мит (іноді можуть сягати до 200%). З одного боку, це унеможливує пряме субсидування аграрного сектору, а з іншого – завдає шкоду споживачам продукції, оскільки державне регулювання суттєво підвищує ціни на кінцевий продукт – вони на 30-300% вищі, ніж у інших країнах. Це означає, що покупці високими цінами підтримують національного виробника із власної кишені.

Інші продукти, що виробляються сільськогосподарськими підприємствами Канади, відбуваються на більш ринкових засадах (свинина, телятина, зерно та інші), хоча при цьому існує спеціальна кредитна установа під назвою Farm Credit Canada. Також для підтримки аграрного сектору в Канаді діє ряд федеральних та провінційних програм для сільськогосподарських виробників, а саме: державні кредитні гарантії на купівлю земельних ресурсів аграрного призначення; короткострокові кредити під низький відсоток з можливістю часткового покриття процентів; пільгове страхування врожаю від природних катаклізм, надзвичайних ситуацій, умов погоди; фінансова підтримка просуванню продукції за кордон; добровільний механізм гарантування цін закупівлі; субсидії на транспортування зерна на півночі країни через порт тощо.

Надзвичайно важливим, з нашої точки зору, є потужне стимулювання розвитку

науки – у науковій дослідження в галузі сільського господарства держава інвестує щороку сотні мільйонів доларів. Одним із пріоритетних завдань при цьому є розширення швидкісного доступу до мережі Інтернет у найбільш віддалених регіонах країни для можливостей сучасного обслуговування сільськогосподарських підприємств та їх технологічного функціонування.

Друге місце в Європейському Союзі за обсягами виробництва тваринництва і зернових займає *Німеччина*. Оскільки аграрний сектор має надзвичайно високу ступінь механізації та автоматизації, в ньому зайнято лише 2-3% працездатного населення країни, а у структурі ВВП частка аграрного сектора складає до 1%. В основі німецького сільськогосподарського сектору – невеличкі фермерські господарства сімейного типу. Слід зазначити, що законодавством ЄС держава допомога заборонена, оскільки перешкоджає вільній конкуренції (п. 1 ст. 107 Договору про функціонування ЄС). Тому дотації або пряме виділення коштів в державній підтримці не практикується. Проте є ряд винятків. Наприклад є державна допомога певним категоріям споживачів, гранти господарствам, гуманітарна допомога тим, хто зазнали збитків. Серед таких – пакети субсидій для тих виробників, хто постраждав від низьких цін на молочну і м'ясну види продукції в окремі періоди господарювання через глобалізаційні виклики. Фермери ж, в свою чергу, намагаються відстоювати свої права, виступаючи проти таких сучасних тенденцій в аграрному секторі, як генна інженерія на протигагу підтримки функціонуванню традиційного екологічного фермерства [19].

Діяльність країн – світових лідерів у аграрному підприємстві доводить важливість розуміння його державної підтримки у зв'язку з високим ступенем ризиковості самої сільськогосподарської галузі, без якої априорі неможливе функціонування економічної системи країни й задоволення споживчих потреб її населення. Ще у 1797 році Бодо намагався поєднати категорії ризику та відповідальності [17], важливість чого доведено світовою та вітчизняною практикою аграрного підприємства.

На основі проведеного аналізу вважаємо за доцільне виокремлення у аграрному підприємстві наступних важливих складових: ресурсної; організаційно-управлінської і творчо-креативної. Ресурсна пов'язана з формуванням, використанням і відтворенням капітальних, трудових, матеріальних й інформаційних ресурсів. Організаційно-управлінська складова забезпечує організацію та менеджмент виробничого процесу, маркетингу тощо. Творчо-креативна складова пов'язана з урахуванням інноваційних ідей, стимулювання ініціативи, аналізу ризиків, соціокультурних аспектів діяльності тощо. Саме у зазначеному поєднанні виокремлюється системність аграрного підприємства, що є запорукою його ефективної діяльності та адаптивності до викликів глобалізованого світу.

Тож спробуємо оцінити основні ризики й тенденції розвитку аграрного підприємства в Україні з урахуванням військової агресії РФ й пошуку шляхів вітчизняного повоєнного відновлення.

Сьогодні суб'єкти аграрного підприємства ведуть свою господарську діяльність відповідно до Закону України «Про правовий режим воєнного стану». Уповноваженим органам влади при цьому надається можливість використання виробничих і трудових ресурсів аграрних підприємств для потреб оборонного комплексу, змінювати їх

режими роботи, здійснювати примусове вилучення майна для потреб держави. Після завершення воєнного стану в Україні вилучене майно має бути повернуте або вартісно відшкодовано [20].

Слід погодитися з авторами, які вважають, що «основний ризик аграрного підприємництва у складний період військового часу стосується передусім імовірності відчуження земельних ділянок та фізичної втрати майна, а також неможливості займатися агропідприємницькою діяльністю» [2]. Особливо це стосується регіонів, які знаходяться максимально близько до ліній зіткнення: Херсонська, Запорізька, Луганська, Донецька області та АР Крим.

Інший суттєвий ризик, який не залежить від місця розташування суб'єктів аграрного підприємництва, пов'язаний з ймовірною втратою прибутковості від основних видів діяльності або взагалі з банкрутством. Цей ризик обумовлений суттєвим зростанням цін на логістику, насіння, добрива, паливно-мастильні матеріали тощо.

Значні ризики аграрного підприємництва пов'язані з недоступністю насіння, посадкового матеріалу, мінеральних добрив, можливостей використання системи живлення тощо. Все це є причиною зниження врожайності.

Наступна група ризиків підприємницької діяльності в аграрній сфері пов'язана із проблемою зберігання продукції через знищення системи елеваторів. За свідченням М. Сироти [21], аграрії намагаються вирішити цю проблему за допомогою використання рукавів, підлогових складів та інших сховищ, але цього недостатньо. Крім того, збільшуються ризики втрати зерна, кукурудзи, соняшника тощо як кількісно, так і якісно. А це, відповідно впливає на ціни реалізації продукції, зниження рентабельності та прибутковості сільськогосподарської продукції.

Ризики у тваринництві у період військової агресії пов'язані, переважно, з перебоями електроенергії. При зниженні вартості кормів українського виробництва, що мало б здешевити розвиток галузі тваринництва, зросла вартість молодняка (свиней та птахів) через закупівлю його із-за кордону. Девальвація гривні та проблеми з логістикою призвели до зростання витрат тваринництва. При цьому експортні обмеженнями і низький платоспроможний попитом на м'ясу продукцію в Україні призводять до зниження маржинальності даного виду аграрного підприємництва.

Перераховані вище специфічні чинники аграрного підприємництва доповнюються також загальноекономічними, що посилюють ризики його функціонування. Серед них слід відзначити: зниження платоспроможного попиту суб'єктів господарської діяльності й населення; скорочення темпів зростання валового внутрішнього продукту; інфляційні коливання; погіршення інвестиційного клімату та замороження ряду інвестиційних проєктів; збільшення державного боргу; вивіз капіталу; зменшення депозитних коштів та подорожчання кредитних ресурсів у вітчизняній банківській системі; зниження обсягів виробництва, тощо.

#### Список використаних джерел:

1. Малік М.Й., Шпикуляк О.Г., Супрун О.М. Розвиток підприємницької діяльності в аграрному секторі: макроекономічний аспект. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка*. 2017. Випуск 1 (49). Т. 2. С. 32–37.
2. Райтер Н., Мацьків Г. Ризики аграрного підприємництва в умовах війни. *Аграрна економіка*. 2023. Т. 16, № 1-2. С. 41–50.
3. Кравченко Н.Б. Аграрне підприємництво в Україні: історичний аспект (кінець 80-х – середина 90-х років ХХ століття). Монографія. Київ : Редакційно-видавничий центр НУБіП України, 2016. 224 с.

Незважаючи на перераховані вище специфічні та загальні ризики аграрного підприємництва, слід відмітити, що воно показало свою стійкість в умовах військової агресії як за рахунок власної підприємницької ініціативи, так і за рахунок допомоги держави й зарубіжних партнерів. Державна аграрна політика України спрямована на подолання наслідків воєнних дій, підтримку експорту продукції сільськогосподарського виробника, пошук шляхів оптимальної адаптації нормативно-правового поля до європейського законодавства. Це дозволило зменшити ризики агропідприємництва, основними інструментом чого стало коригування виробничої структури на засадах диверсифікації та інфраструктурний розвиток (забезпечення матеріальними ресурсами, переробка, транспортування та зберігання продукції сільського господарства). Серед важливих питань, що потребують впровадження уже сьогодні – заходи «зеленої» економіки, діджиталізація [22] та удосконалення системи страхування ризиків аграрного підприємства.

Стратегічними цілями розвитку сільського господарства України є оптимізація аграрного підприємництва, яка має передбачити наступне: підвищення продуктивності праці в галузі; збільшення земель сільськогосподарського призначення для органічного виробництва; інвестування у наукові дослідження сільськогосподарського спрямування, розвиток сучасних технологій з урахуванням впровадження штучного інтелекту, інфраструктуру сільських територій; оптимізація ринків продовольства; сприяння державних заходів щодо збільшення кількості малих і середніх підприємств у аграрній сфері, експорту української продукції та формуванню потужного переробного середовища сировини тощо.

**Висновки з проведеного дослідження.** Аграрне підприємництво, як показує досвід країн-лідерів, є прогресивною формою економічної діяльності в сільському господарстві, а в Україні, яка має потужний аграрний сектор, у разі системного підходу на засадах адаптивності, інтелектуалізації, інноваційності, екологічності здатне суттєво підвищити ефективність діяльності національної економіки й рівня життя кожного громадянина. Навіть в умовах військової агресії рф, втрати територій, руйнування і знищення фермерських господарств, порушення логістики, міграції трудових ресурсів як в межах країни, так і за кордон, аграрної сфери показала себе достатньо стійкою перед викликами. На основі удосконалення механізмів державної підтримки, зарубіжної допомоги та підприємницької активності самих господарюючих суб'єктів у сільському господарстві, з урахуванням використання передового вітчизняного і світового досвіду, Україна у повоєнному відновленні здатна, з нашої точки зору, досягти показників економіки високорозвинених країн за такими параметрами: 3-5% – частка аграрного виробництва у структурі ВВП; 1-2% – кількість зайнятого населення у сільському господарстві; частка у структурі капіталу національної економіки, залучених інвестицій тощо.

4. Петренко Н.О. Стратегічне управління економічним розвитком аграрного сектору регіонів України: теорія, методологія, практика: монографія. Умань : Сочінський М. М., 2018. 439 с.
5. Палійчук Є., Пінцак С., Свирид К. Аграрне підприємництво та його місце в економіці України. *Європейська інтеграція України та економічна безпека держави*. 2021. Випуск 2 (27). С. 161–166. DOI: [https://doi.org/10.24144/2078-1431.2021.2\(27\)](https://doi.org/10.24144/2078-1431.2021.2(27))
6. Лізут Рафал Анджей. Управління організаційно-економічною безпекою аграрних підприємств: стратегії, механізми, системи: монографія. Харків : Смуґаста типографія, 2019. 321 с.
7. Васильєва О.О. Управління трудовим потенціалом аграрної сфери в умовах сталого розвитку : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03. Класич. приват. ун-т. Запоріжжя, 2021. 40 с.
8. Куценко І. В. Вплив інтеграції на розвиток суб'єктів аграрного бізнесу : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Сум. нац. аграр. ун-т. Суми, 2021. 20 с.
9. Петруха С.В. Антикризисне регулювання аграрного сектору економіки України: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03. Держ. навч.-наук. установа «Акад. фінанс. упр.». Київ, 2018. 23 с.
10. Шебаніна О.В. Особливості діяльності аграрного підприємництва в умовах децентралізації. *Науковий вісник Полісся*. 2022. № 2 (25). С. 46–58. DOI: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2022-2\(25\)-46-58](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2022-2(25)-46-58)
11. Didero N., Becca C., Jablonski B. Promoting farmers market via information nudges and coupons: A randomized control trial. *Agribusiness. Wiley Online Library*. 2021. Vol. 37(3). P. 531–549. DOI: <https://doi.org/10.1002/agr.21688>
12. Квітка Г. Науковці: ми справді велика аграрна держава. *Голос*. 2021. URL: <http://www.golos.com.ua/article/346504>
13. Загроза продовольчій безпеці світу. *Міністерство закордонних справ України*. 2023. URL: <https://mfa.gov.ua/zagroza-prodovolchij-bezpeci-svitu>
14. На розмінованих землях України вже можна виростити 1 млн т зерна. *Прес-служба Апарату Верховної Ради України*. 2024 року. URL: [https://www.rada.gov.ua/news/news\\_kom/245689.html](https://www.rada.gov.ua/news/news_kom/245689.html)
15. Звіт про прямі збитки інфраструктури та непрямі втрати економіки від руйнувань внаслідок військової агресії Росії проти України станом на початок 2024 року. *Київська школа економіки*: сайт. 2024. URL: [https://kse.ua/wp-content/uploads/2024/04/01.01.24\\_Damages\\_Report.pdf](https://kse.ua/wp-content/uploads/2024/04/01.01.24_Damages_Report.pdf)
16. Ukraine: Impact of the war on agricultural enterprises. *FAO*. 2022. DOI: <https://doi.org/10.4060/cc5755en>
17. Паустовська Т.І. Історико-економічний шлях підприємництва. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Випуск 20. С. 13–17. URL: <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/5.pdf>
18. Ковальчук В.М. Загальна теорія економіки (теоретична економіка). Навчальний посібник. Тернопіль : ТАНГ– «Астон», 2008. 368 с.
19. Довгопол Я., Гонта М., Сущенко Р., Юсип'юк І., Наливайко М., Танасійчук О., Банахевич О. Світові моделі підтримки сільського господарства. *Укрінформ*. 2024. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2012230-svitovi-modeli-pidtrimki-silskogo-gospodarstva.html>
20. Про правовий режим воєнного стану: Закон України від 12.05.2015р. № 389-VIII. Відомості Верховної ради України. 2015. № 28, ст. 250. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text>
21. Сирота М. Ціни на зерно, палне та ресурси – чого чекати фермеру у 2023 році. *KURKUL*. URL: <https://kurkul.com/blog/713-tsini-na-zerno-palne-ta-resursi--chogo-čekati-fermeru-2023-rotsi>
22. Ломачинська І., Войцеховська А., Чуркіна І. Трансформація бізнес-моделей підприємницької діяльності в умовах цифровізації економіки та фінансового сектору. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2021. Том 20. Вип. 3 (49). С. 97–113.

## References:

1. Malik M., Shpykulyak O., Suprun O. (2017) Rozvytok pidpryyemnyts'koyi diyal'nosti v ahrarnomu sektori: makroekonomichnyy aspekt [Development of entrepreneurial activity in the agricultural sector: macroeconomic aspect]. *Naukovyy visnyk Uzhhorod's'koho universytet – Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Series «Economics»*, 1 (49). vol. 2. Available at: [http://www.visnykekon.uzhnu.edu.ua/images/pubs/49\\_2/49\\_32-37.pdf](http://www.visnykekon.uzhnu.edu.ua/images/pubs/49_2/49_32-37.pdf) (in Ukrainian)
2. Rayter N., Mats'kiv H. (2023) Ryzyky ahrarnoho pidpryyemnytstva v umovakh viyny [Risks of agrarian enterprise in the minds of war]. *Ahrarna ekonomika –Agrarian economy*, vol. 16, no. 1-2, pp. 41–50. Available at: [http://agrarianeconomy.lnau.edu.ua/images/docs/ae\\_2023\\_16\\_1-2/AE-16\\_1-2\\_5.pdf](http://agrarianeconomy.lnau.edu.ua/images/docs/ae_2023_16_1-2/AE-16_1-2_5.pdf) (in Ukrainian)
3. Kravchenko N. B. (2016) Ahrarne pidpryyemnytstvo v Ukraini: istorychnyy aspekt (kinets' 80-kh – seredyna 90-kh rokiv KHKH stolittya) [Agricultural entrepreneurship in Ukraine: historical aspect (late 80s – mid 90s of the twentieth century)]. Kyiv. Available at: [https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u362/kravchenko\\_monografiya\\_agrarne\\_pidpriemnictvo\\_v\\_ukrayini.pdf](https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u362/kravchenko_monografiya_agrarne_pidpriemnictvo_v_ukrayini.pdf) (in Ukrainian)
4. Petrenko N. O. (2018) Stratehichne upravlinnia ekonomichnym rozvytkom ahrarnoho sektoru rehioniv Ukrainy: teoriia, metodolohiia, praktyka [Strategic management of economic development of the agricultural sector of the regions of Ukraine: theory, methodology, practice]. Uman. (in Ukrainian)
5. Paliychuk Y., Pintsak S., Svyryd K. (2021) Ahrarne pidpryyemnytstvo ta yoho mistve v ekonomitsi Ukrainy [Agricultural entrepreneurship and its place in the economy of Ukraine]. *Yeurointehratsiya Ukrainy ta ekonomichna bezpeka derzhavy – European integration of Ukraine and economic security of the state*, vol. 2 (27), pp. 161–166. (in Ukrainian)
6. Lizut R. A. (2019) Upravlinnya orhanizatsiyno-ekonomichnoyu bezpekoyu ahrarnykh pidpryyemstv: stratehiyi, mekhanizmy, systemy [Management of organizational and economic security of agricultural enterprises: strategies, mechanisms, systems]. Kharkiv. (in Ukrainian)
7. Vasylieva O. O. (2021) Upravlinnya trudovym potentsialom ahrarnoyi sfery v umovakh staloho rozvytku [Management of labor potential of the agricultural sector in terms of sustainable development]. Zaporizhzhia. (in Ukrainian)
8. Kutsenko I. V. (2021) Vplyv intehratsiyi na rozvytok sub'yektiv ahrarnoho biznesu [The impact of integration on the development of agricultural businesses]. Sumy. (in Ukrainian)
9. Petrukha S. V. (2018) Antykryzove rehulyuvannya ahrarnoho sektoru ekonomiky Ukrainy [Anti-crisis regulation of the agrarian sector of the economy of Ukraine]. Kyiv. (in Ukrainian)
10. Shebanina O. V. (2022) Osoblyvosti diyal'nosti ahrarnoho pidpryyemnytstva v umovakh detsentralizatsiyi [Peculiarities of agrarian entrepreneurship in conditions of decentralization]. *Naukovyy visnyk Polissya – Polissya scientific bulletin*, no. 2 (25), pp. 46–58. DOI: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2022-2\(25\)-46-58](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2022-2(25)-46-58) (in Ukrainian)
11. Didero N., Becca C., Jablonski B. (2021) Promoting farmers market via information nudges and coupons: A randomized control trial. *Agribusiness. Wiley Online Library*. Available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/agr.21688#reference>
12. Kvitka H. (2021) Naukovtsi: my spravdi velyka ahrarna derzhava [Scientists: we are truly a great agrarian state]. *GOLOS*. Available at: <http://www.golos.com.ua/article/346504> (in Ukrainian)
13. Ministerstvo zakordonnykh sprav Ukrainy. (2023) Zahroza prodovol'chij bezpetsi svitu [Threat to food security of the world]. Available at: <https://mfa.gov.ua/zagroza-prodovolchij-bezpeci-svitu> (in Ukrainian)

14. Pres-sluzhba Aparatu Verkhovnoyi Rady Ukrayiny (2024) Na rozminovanykh zemlyakh Ukrayiny vzhe mozna vyrostyty 1 mln t zerna [On the mined lands of Ukraine it is already possible to grow 1 million tons of grain]. Available at: [https://www.rada.gov.ua/news/news\\_kom/245689.html](https://www.rada.gov.ua/news/news_kom/245689.html) (in Ukrainian)
15. Kyiv School of Economics (2024) Zvit pro priami zbytky infrastruktury ta nepriami vtraty ekonomiky vid ruinuvan vnaslidok viiskovoi ahresii Rosii proty Ukrainy stanom na pochatok 2024 roku [Report on direct damage to infrastructure and indirect losses to the economy from destruction as a result of Russia's military aggression against Ukraine as of the beginning of 2024]. Available at: [https://kse.ua/wp-content/uploads/2024/04/01.01.24\\_Damages\\_Report.pdf](https://kse.ua/wp-content/uploads/2024/04/01.01.24_Damages_Report.pdf) (in Ukrainian)
16. FAO (2022) Ukraine: Impact of the war on agricultural enterprises. DOI: <https://doi.org/10.4060/cc5755en>
17. Paustovska T. I. (2017) Istoryko-ekonomichnyy shlyakh pidpryyemnytstva [Historical and economic way of enterprise]. *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky – Global and National Problems of Economics*, no. 20, pp. 13–17. Available at: <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/5.pdf> (in Ukrainian)
18. Kovalchuk V. M. (2008) Zahal'na teoriya ekonomiky (teoretychna ekonomika) [General theory of economics (theoretical economics)]. Ternopil. (in Ukrainian)
19. Dovgopol Y., Gonta M., Sushchenko R., Yusip'yuk I., Nalivaiko M., Tanasiychuk O., Banakhevich O. (2016) Svitovi modeli pidtrymky sil's'koho hospodarstva [World models of support for the rural dominion]. *Ukrinform*. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2012230-svitovi-modeli-pidtrimki-sil'skogo-gospodarstva.html>
20. Vidomosti Verkhovnoyi rady Ukrayiny (2015). Pro pravovyy rezhym voyennoho stanu: Zakon Ukrayiny vid 12.05.2015, no. 389-VIII. 28, art. 250. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text> (in Ukrainian)
21. Syrota M. (2023) Tsiny na zerno, pal'ne ta resursy – choho chekaty fermeru u 2023 rotsi [Prices for grain, fuel and resources – what should a farmer look for in 2023 years]. *KURKUL*. Available at: <https://kurkul.com/blog/713-tsini-na-zerno-palne-ta-resursy--chogo-chekati-fermeru-2023-rotsi> (in Ukrainian)
22. Lomachynska I., Voitsekhovska A., Churkina I. (2021) Transformatsiya biznes-modeley pidpryyemnytskoyi diyalnosti v umovakh tsyfrovizatsiyi ekonomiky ta finansovoho sektoru [Transformation of business models of entrepreneurial activity in conditions of digitalization of the economy and the financial sector]. *Rynkova ekonomika: suchasna teoriya i praktyka upravlinnya – Market economy: modern management theory and practice*, vol. 24, no. 2, pp. 915–924. (in Ukrainian)

**Gorniak Olga**

**Pereli Oleksander**

Odesa I.I. Mechnikov National University

## ENTREPRENEURSHIP IN THE AGRICULTURAL SECTOR: DOMESTIC REALITIES IN THE CONDITIONS OF MODERN CHALLENGES AND INTERNATIONAL EXPERIENCE OF STATE SUPPORT

### Summary

The article examines current issues of the functioning of agrarian entrepreneurship in world practice and in Ukraine. The role and importance of entrepreneurship in the agricultural sector for the functioning of the country and raising the standard of living of its population are substantiated. An analysis of theoretical approaches regarding the essential characteristics of the concept of "entrepreneurship" in the historical-evolutionary context of the formation of agricultural production was carried out. The main approaches that allow to increase the effectiveness, profitability and efficiency of agrarian entrepreneurship are systematized for the main assessments of losses in the agricultural sector of Ukraine and the analysis of the functioning of agricultural production in the world's leading countries. The importance of state support for the agricultural sector of the economy, as one of the more risky among other economic spheres, has been proven. The specific and general risks of an agricultural enterprise in Ukraine in modern business conditions are outlined, which will allow them to be taken into account when making management decisions on the basis of intellectualization, digitalization, environmentalization, and adaptability. The special relevance of the implementation of "green" economy measures and the improvement of the risk insurance system of agrarian entrepreneurship is emphasized. The main components of agrarian entrepreneurship are systematized: resource; organizational-managerial and creative-creative, which require a systematic approach in the implementation of entrepreneurial functions. The strategic goals of the development of agriculture in Ukraine are outlined on the basis of optimization of agrarian entrepreneurship and domestic sustainable development on the way to achieving high indicators that the economy is capable of achieving in its post-war recovery.

**Keywords:** agrarian entrepreneurship, agricultural production, intellectualization, digitalization, adaptability, environmental friendliness, innovativeness, state support, risk management.

## НАШІ АВТОРИ

1. **Багорка Марія Олександрівна** – доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу Дніпровського державного аграрно-економічного університету
2. **Бачук Олексій Романович** – здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
3. **Білобловський Святослав Володимирович** – аспірант Навчально-наукового Інституту управління, економіки та бізнесу Приватного акціонерного товариства "Вищий навчальний заклад "Міжрегіональна Академія управління персоналом"
4. **Близнюк Максим Олексійович** – аспірант Навчально-наукового інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
5. **Волошин Ігор Адхамович** – аспірант Університету митної справи та фінансів
6. **Горідько Руслана Володимирівна** – старший викладач кафедра вищої математики Національного авіаційного університету
7. **Горняк Ольга Василівна** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки та підприємництва Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
8. **Григораш Ольга Вікторівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Університету митної справи та фінансів
9. **Даценко Юлія Русланівна** – магістрант Дніпровського державного аграрно-економічного університету
10. **Ільїна Оксана Анатоліївна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри журналістики Навчально-наукового Інституту управління, економіки та бізнесу Приватного акціонерного товариства "Вищий навчальний заклад "Міжрегіональна Академія управління персоналом"
11. **Квасова Людмила Сергіївна** – кандидат технічних наук, доцент кафедри маркетингу Дніпровського державного аграрно-економічного університету
12. **Кушнеренко Сергій Михайлович** – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту Навчально-наукового Інституту управління, економіки та бізнесу Приватного акціонерного товариства "Вищий навчальний заклад "Міжрегіональна Академія управління персоналом"
13. **Лісун Яніна Вікторівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики та реклами Державного торговельно-економічного університету
14. **Нанавов Антон Семенович** – кандидат економічних наук, доцент Київського національного університету імені Тараса Шевченка
15. **Перелі Олександр Борисович** – здобувач третього (науково-освітнього) рівня Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
16. **Петрушка Олена Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів імені С. І. Юрія Західноукраїнського національного університету
17. **Печко Володимир Сергійович** – кандидат економічних наук, доцент кафедри переробки сільськогосподарської продукції Інституту післядипломної освіти Національного університету харчових технологій; докторант Державного біотехнологічного університету
18. **Позняковська Наталія Миколаївна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку і аудиту Національного університету водного господарства та природокористування
19. **Шулюк Богдана Степанівна** – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри фінансів імені С. І. Юрія Західноукраїнського національного університету

Наукове видання

# ВІСНИК ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія: Економіка

Відповідальний за випуск  
*Горняк Ольга Василівна*

*Українською та англійською мовами*

Передрук (перевидання) матеріалів видання  
дозволяється тільки з дозволу автора і редакції.

Адреса редколегії:  
65082, м. Одеса, вул. Дворянська, 2  
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Електронна сторінка видання: [www.visnyk-onu.od.ua](http://www.visnyk-onu.od.ua)

Формат 60x84/8. Гарнітура UkrainianSchoolBook  
Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 9,07.  
Підписано до друку 27.09.2024 р. Замов. № 0924/626. Наклад 100 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»  
65101, м. Одеса, вул. Інглезі, 6/1  
Телефон +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08  
E-mail: [mailbox@helvetica.ua](mailto:mailbox@helvetica.ua)  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 7623 від 22.06.2022 р.