НАЦІОНАЛЬНИЙ ЮРИДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЯРОСЛАВА МУДРОГО

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ПРАВО

ECONOMIC THEORY AND LAW

Збірник наукових праць

Виходить щоквартально

Заснований у січні 2010 р.

№ 3 (50) 2022

Харків
«Право»
2022

DOI: 10.31359/2411-5584-2022-50-3 ISSN 2522-4018 (Online)
УДК 330.1:340 ISSN 2411-5584 (Print)

Рекомендовано до друку та до поширення через мережу Інтернет вченою радою Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого (протокол № 12 від 29.08.2022)

Економічна теорія та право : зб. наук. пр. / редкол.: А. П. Гетьман та ін. – Харків : Право, 2022. – №3 (50). – 144 с.

Засновник – Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

А. П. Гетьман – доктор юридичних наук, професор, академік НАПрН України, ректор Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого *(голова редакційної колегії)*; **Л. С. Шевченко** – докторка економічних наук, професорка *(заступниця голови редакційної колегії)*; **О. С. Марченко** – докторка економічних наук, професорка *(відповідальна секретарка)*; **Alic Bîrcă** – доктор економічних наук, професор (Молдова); **Stanislav Buka** – доктор економічних наук, професор (Латвія); **Yuliya Chernykh** – кандидатка юридичних наук (Норвегія); **Raimundas Kalesnykas** – доктор юридичних наук, професор (Литва); **Nikola Milović** – доктор філософії з економіки, професор (Чорногорія); **Lina Novikovienė** – докторка філософії з права, доцентка (Литва); **Grigore Ioan Piroșcă** – доктор філософії з економіки, професор (Румунія); **Alla Pozdnakova** – докторка юридичних наук, професорка (Норвегія); **Antonín Slaný** – доктор економічних наук, професор (Чехія); **Piotr Szymaniec** – доктор юридичних наук, професор (Польща); **Natela Tsiklashvili** – докторка економічних наук, професорка (Грузія); **Yordan Vasilev** – доктор економічних наук, професор (Болгарія); **О. З. Ватаманюк** – доктор економічних наук, професор; **О. С. Гринькевич** – докторка економічних наук, доцентка; **О. А. Гриценко** – докторка економічних наук, професорка; **В. В. Гуменюк** – доктор економічних наук, професор; **О. Р. Дашковська** – докторка юридичних наук, професорка; **Д. В. Задихайло** – доктор юридичних наук, професор, член-кореспондент НАПрН України; **Ю. К. Зайцев** – доктор економічних наук, професор; **Р. А. Казак** – кандидатка юридичних наук; **Т. М. Камінська** – докторка економічних наук, професорка; **О. М. Колодізєв** – доктор економічних наук, професор, академік Академії економічних наук України; **М. В. Мартиненко** – докторка економічних наук, професорка; **В. С. Мілаш** – докторка юридичних наук, професорка; **Л. В. Нечипорук** – докторка економічних наук, професорка; **О. П. Подцерковний** – доктор юридичних наук, професор, член-кореспондент НАПрН України; **Д. В. Санніков** – кандидат юридичних наук, доцент; **О. Я. Трагнюк** – кандидатка юридичних наук, професорка; **Ю. М. Уманців** – доктор економічних наук, професор; **Л. І. Федулова** – докторка економічних наук, професорка; **І. Б. Чичкало-Кондрацька** – докторка економічних наук, професорка; **Р. В. Шаповал** – доктор юридичних наук, професор; **І. В. Шкодіна** – докторка економічних наук, професорка; **М. В. Шульга** – доктор юридичних наук, професор, член-кореспондент НАПрН України; **О. Л. Яременко** – доктор економічних наук, професор; **В. Л. Яроцький** – доктор юридичних наук, професор, член-кореспондент НАПрН України

Наказом Міністерства освіти і науки України від 07.05.2019 №612 збірник наукових праць включено до **Переліку наукових фахових видань України, категорія «Б»**, за спеціальностями: 051 «Економіка», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 081 «Право», 293 «Міжнародне право».

Збірник наукових праць зареєстровано і проіндексовано в таких міжнародних наукометричних базах, каталогах і системах пошуку: Index Copernicus International, Google Scholar, Central and Eastern European Online Library (CEEOL), Ulrich's Periodicals Directory, Polska Bibliografia Naukowa (PBN), а також базах даних «Наукова періодика України» та «Бібліометрика української науки» Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського.

© Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого, 2022
© Видавництво «Право», оформлення, 2022

DOI: 10.31359/2411-5584-2022-50-3 ISSN 2522-4018 (Online)
UDC 330.1:340 ISSN 2411-5584 (Print)

The issue is recommended for publication and for distribution via the Internet by the Academic Council of Yaroslav Mudryi National Law University (the protocol No. 12 of 29.08.2022)

Economic Theory and Law : col. of sci. papers / editorial board: A. P. Hetman, etc. – Kharkiv : Pravo, 2022. – No. 3 (50). – 144 p.

Founder – Yaroslav Mudryi National Law University

EDITORIAL BOARD:

A. P. Hetman – Doctor of Legal Sciences, Professor, Academician of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine, Rector of the Yaroslav Mudryi National Law University *(editor-in-chief)*; **L. S. Shevchenko** – Doctor of Economic Sciences, Professor *(deputy editor-in-chief)*; **O. S. Marchenko** – Doctor of Economic Sciences, Professor *(executive secretary)*; **Alic Bîrcă** – PhD habilitatus in Economics, Professor (Moldova); **Stanislav Buka** – Doctor of Economic Sciences, Professor (Latvia); **Yuliya Chernykh** – Ph Candidate in Law (Norway); **Raimundas Kalesnykas** – Dr., Law (Social Sciences), Professor of Law (Lithuania); **Nikola Milović** – PhD in Economics, Professor (Montenegro); **Lina Novikovienė –** PhD in Law, Associate Professor (Lithuania); **Grigore Ioan Piroşcă** – PhD in Economics, Conf. univ., Professor (Romania); **Alla Pozdnakova** – Dr. Juris, Professor (Norway); **Antonín Slaný** – Professor, Ing., CSc. in Economics (Czech Republic); **Piotr Szymaniec** – Doctor of Legal Sciences, Professor (Poland); **Natela Tsiklashvili** – Doctor of Economics, Professor (Georgia); **Yordan Vasilev** – PhD in Economics, Professor (Bulgaria); **I. B. Chychkalo Kondratska** – Doctor of Economic Sciences, Professor; **O. R. Dashkovska** – Doctor of Legal Sciences, Professor; **L. I. Fedulova** – Doctor of Economic Sciences, Professor; **O. A. Grytsenko** – Doctor of Economic Sciences, Professor; **O. S. Hrynkevych** – Doctor of Economic Sciences, Associate Professor; **V. V. Humeniuk** – Doctor of Economic Sciences, Professor; **T. M. Kaminska** – Doctor of Economic Sciences, Professor; **R. A. Kazak** – PhD in Law; **O. M. Kolodiziev** – Doctor of Economic Sciences, Professor, Academician of AES of Ukraine; **M. V. Martynenko** – Doctor of Economic Sciences, Professor; **V. S. Milash** – Doctor of Legal Sciences, Professor; **L. V. Nechyporuk** – Doctor of Economic Sciences, Professor; **O. P. Podtserkovnyi** – Doctor of Legal Sciences, Professor, Member of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine; **D. V. Sannikov** – PhD in Law, Associate Professor; **R. V. Shapoval** – Doctor of Legal Sciences, Professor; **I. V. Shkodina** – Doctor of Economic Sciences, Professor; **M. V. Shulha** – Doctor of Legal Sciences, Professor, Member of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine; **O. Ya. Tragniuk** – PhD in Law, Professor; **Yu. M. Umantsiv** – Doctor of Economic Sciences, Professor; **O. Z. Vatamanyuk** – Doctor of Economic Sciences, Professor; **O. L. Yaremenko** – Doctor of Economic Sciences, Professor; **V. L. Yarotskyi** – Doctor of Legal Sciences, Professor, Member of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine; **D. V. Zadykhailo** – Doctor of Legal Sciences, Professor, Member of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine; **Yu. K. Zaitsev** – Doctor of Economic Sciences, Professor

The Collection of Scientific Papers "Economic Theory and Law" is included in the **List of Scientific Professional Publications of Ukraine** in economic sciences and legal sciences (category "B") (the Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine of 07.05.2019, No. 612).

The collection of scientific papers registered and indexed in the international scientometric databases, catalogs and search engines: Index Copernicus International, Google Scholar, Central and Eastern European Online Library (CEEOL), Ulrich"s Periodicals Directory, Polska Bibliografia Naukowa (PBN), as well as databases "Scientific Periodicals of Ukraine" and "Bibliometryka Ukrainian science" of V. I. Vernadsky National library of Ukraine.

Address of the editorial team: Yaroslav Mudryi National Law University,
77, Pushkinska St., Kharkiv, 61024, Ukraine.
Tel.: +38 (057) 704-11-35; +38 (057) 704-92-58.
E-mail: kafekonom@nlu.edu.ua, econom_theory@ukr.net.
Website: http://econtlaw.nlu.edu.ua.

© Yaroslav Mudryi National Law University, 2022
© Publishing House "Pravo", design, 2022

ЗМІСТ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
«ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ПРАВО»: 2010–2022 6
ГРИЦЕНКО А. А.
Вітання від Національної академії наук України авторам, читачам і редакції збірника наукових праць «Економічна теорія та право»: цей випуск – 50! 8

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

ГРИЦЕНКО А. А., ГРИЦЕНКО О. А.
Економічні суперечності глобалізації та локалізації в умовах гібридної війни та післявоєнної реконструкції (англ. мовою) 9
КАМІНСЬКА Т. М.
Ринок міжнародних медичних послуг як об'єкт консалтингу 25
ГУБІН К. Г.
Розвиток маркетингу в Україні: довгострокові орієнтири 43
ЛЕВКОВЕЦЬ О. М.
Стартап-екосистема України в контексті завдань збереження та розвитку інноваційного потенціалу 59

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ПРАВА

МАРЧЕНКО О. С.
Інституційна безпека підприємства та її забезпечення в умовах воєнного часу 86
ІВАЩЕНКО М. В.
Економічне підґрунтя злочинності та суспільні витрати на покарання злочинців 106

НАУКОВІ ДИСКУСІЇ ТА ОГЛЯДИ

ШЕВЧЕНКО Л. С.
Готовність до майбутнього як конкурентна перевага компанії 124

Вимоги до оформлення статей, які подаються до збірника наукових праць «Економічна теорія та право» 138

TABLE OF CONTENTS

COLLECTION OF SCIENTIFIC PAPERS
"ECONOMIC THEORY AND LAW": 2010–2022 6
HRYTSENKO A. A.
Congratulations from the National Academy of Sciences of Ukraine to the authors, readers and editor team of the collection of scientific papers "Economic Theory and Law": this issue is 50! 8

ECONOMIC THEORY

HRYTSENKO A. A., HRYTSENKO O. A.
Economic contradictions of globalization and localization under the hybrid war and post-war reconstruction 9
KAMINSKA T. M.
Market of international medical services as an object of consulting 25
HUBIN K. H.
Development of marketing in Ukraine: long-term guidelines 43
LEVKOVETS O. M.
Startup ecosystem of Ukraine in the context of tasks of preservation and development of innovative potential 59

ECONOMIC THEORY OF LAW

MARCHENKO O. S.
Enterprise's institutional security and its ensuring in wartime conditions 86
IVASHCHENKO M. V.
The economic background of crime and the social costs of criminal punishment 106

SCIENTIFIC DISCUSSIONS AND REVIEWS

SHEVCHENKO L. S.
Future readiness as a company's competitive advantage 124

Requirements for the articles in collection of scientific papers "Economic Theory and Law" 138

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ «ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ПРАВО»: 2010–2022

Шановні колеги, автори та читачі збірника наукових праць
«Економічна теорія та право»!
Цей випуск – № 50!

- **Збірник наукових праць засновано в 2010 р.**
  Засновник – Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого.
- **Голова редакційної колегії – А. П. Гетьман**, доктор юридичних наук, професор, академік НАПрН України, ректор Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого (м. Харків, Україна).
- **Членами редакційної колегії** є визнані в Україні та за кордоном учені – представники економічної та юридичної науки. Із 39 членів редколегії 15 (38%) – доктори наук, професори Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого, 24 (62%) – репрезентують інші університети України та європейських країн; 31% членів редколегії – іноземні члени редколегії з 10 європейських країн.
- **Збірник виходить** 1 раз на квартал.
- **Мови видання**: українська, англійська.

- **Збірник наукових праць «Економічна теорія та право» базується на науковій концепції**, яка виходить за межі існуючих парадигм як економічної, так і правової наукової думки. Її змістом є розуміння взаємопов'язаного і взаємозалежного розвитку економіки і права та його синергетичного впливу на суспільні відносини в Україні та світі. Новою методологічною конструкцією економіко-правових досліджень суспільних явищ і процесів стає економічна теорія права. Вона спирається на категоріальний апарат економічної та правової науки, інтегрує методи, принципи й підходи їх наукового аналізу. Дослідження на таких концептуальних засадах мають значний теоретичний і практичний потенціал.
- **Місія збірника** наукових праць полягає в наданні авторам рівних можливостей для публікації результатів своїх досліджень у галузі економічних і юридичних наук та їх вільного поширення в науковому середовищі України та закордонних країн.

- Наказом Міністерства освіти і науки України від 07.05.2019 № 612 збірник наукових праць включено до **Переліку наукових фахових видань України, категорія «Б»**, у яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук з економічних та юридичних наук за спеціальностями:

051 – «Економіка»;
072 – «Фінанси, банківська справа та страхування»;
073 – «Менеджмент»;
075 – «Маркетинг»;
076 – «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»;
081 – «Право»;
293 – «Міжнародне право».

- **Збірник представлений у базах даних наукової інформації, каталогах і системах пошуку:**
  Index Copernicus International (ICV 2021: 93.40);
  Google Scholar;
  Central and Eastern European Online Library (CEEOL);
  Ulrich's Periodicals Directory;
  Polska Bibliografia Naukowa (PBN);
  Наукова періодика України;

- **За 2010–2022 рр. в рубриках наукового збірника опубліковано:**
  «Економічна теорія» – 337 наукових статей;
  «Економічна теорія права» – 72 статті;
  «Економічний аналіз права» – 29 статей;
  «Наукові дискусії та огляди» – 81 стаття;
  «Право» – 352 статті.

- **У 2021 р. в науковому збірнику опубліковано 32 наукові статті**.
  Кількість авторів – 40, із них 65% представляють наукові школи інших українських і закордонних університетів і наукових центрів; 2,6% авторів мають іноземну належність.

- **Усі статті проходять незалежне рецензування – внутрішнє і зовнішнє**, що відповідає міжнародним видавничим стандартам. Середній час на первісну оцінку рукопису становить 9 днів, середній час рецензування статті – 24 дні, середній час публікації – 63 дні.

ВІТАННЯ ВІД НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ НАУК УКРАЇНИ АВТОРАМ, ЧИТАЧАМ І РЕДАКЦІЇ ЗБІРНИКА НАУКОВИХ ПРАЦЬ «ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ПРАВО»: ЦЕЙ ВИПУСК – 50!

Шановні головний редактор А. П. Гетьман, заступниця головного редактора Л. С. Шевченко, члени міжнародної редакційної колегії збірника наукових праць «Економічна теорія та право», засновником та видавцем якого з січня 2010 року є Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого! Шановні друзі!

Я вважаю, що маю всі підстави так звертатися до Вас, оскільки вже тринадцять років ми разом плідно співпрацюємо, об'єднані стратегічною метою Збірника, якою є інтеграція досліджень шляхом формування нових галузей знань – економічної теорії права, економічного аналізу права й економічного права, які відкривають нові можливості для наукового пошуку.

І ось настала значуща подія – виходить друком **п'ятдесятий** випуск збірника! Це дійсно значуща подія ще й тому, що автори, члени редакційної колегії, співробітники видавництва «Право» зараз працюють у складних умовах воєнного часу.

Я дуже добре пам'ятаю, як ми раділи першому номеру Збірника, який вийшов у березні 2010 року. Публікуючи в ньому статтю «Економіка і право: структура взаємозв'язків», я намагався розкрити концептуальні основи досліджень економіко-правових реалій суспільного розвитку, що знайшло відображення в редакційній стратегії Збірника.

Значною подією було включення Збірника у грудні 2010 року до Переліку наукових фахових видань України з економічних і юридичних наук. Із 2014 року Збірник індексується в міжнародній наукометричній базі Index Copernicus International.

В Україні наш Збірник є унікальним за своєю структурою та фаховою спрямованістю. У кожному його номері публікуються наукові статті з економічної теорії, економічної теорії права, економічного аналізу права та права. Актуальність, креативність, інноваційність і доброчесність – це принципи редакційної колегії, що забезпечують високий науковий рівень публікацій.

Вітаю з виходом ювілейного випуску збірника наукових праць «Економічна теорія та право», бажаю нових звершень на науково-освітній ниві та сподіваюсь на подальшу співпрацю!

З повагою,
академік НАН України, доктор економічних наук,
професор, заступник директора Інституту економіки
та прогнозування НАН України
Андрій Гриценко

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

DOI: https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-9
UDC 330.338.2

A. A. HRYTSENKO
Academician of the National Academy
of Sciences of Ukraine,
Doctor of Economics, Professor,
Deputy Director of the Institute for Economics
and Forecasting of the National Academy
of Sciences of Ukraine, Ukraine, Kyiv
e-mail: agrytsenko@ief.ua
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-5030-864X

O. A. HRYTSENKO
Doctor of Sciences (Economics), Professor,
Professor of the Economic Theory Department,
Yaroslav Mudryi National Law University,
Ukraine, Kharkiv
e-mail: grytsenkohelenf@gmail.com
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-9895-730X

ECONOMIC CONTRADICTIONS OF GLOBALIZATION AND LOCALIZATION UNDER THE HYBRID WAR AND POST-WAR RECONSTRUCTION[1]

Authors have considered the main contradiction of modernity between globalization, which develops at the expense of information and financial technologies, and localization of material and labour resources being unable to move in space at the speed of information and financial flows. Authors have disclosed understanding of space-time integrity and regularity of processes for accomplishing urgent goals for the direct exit from the war,

[1] © Hrytsenko A. A., Hrytsenko O. A., 2022. Article is published under the terms of the Creative Commons License – Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).
Available at http://econtlaw.nlu.edu.ua.

medium-term goals for ensuring sustainable development, and a long-term process of forming a new information and network economy should become a methodological imperative for structuring the goals for the renovation and post-war reconstruction of Ukraine's economy. Authors have suggested to highlight a leading goal (sector) being subject to the concentration of efforts and stipulating the subordination of other goals at each stage.

Key words: globalization, localization, post-war economy, recovery, reconstructive, information and network society.

JEL Classification: B41, N4.

Problem setting. The globalization epoch is surviving a crisis. This process manifests through all the basic processes and is recognized by the global community ("Vidnovlennia ta rekonstruktsiia ekonomiky Ukrainy: naukova dopovid", 2022). Estimating the Davos Forum 2022, Stiglitz (2022) has noticed that "a forum traditionally committed to championing globalization was primarily concerned with globalization's failures: broken supply chains, food- and energy-price inflation, and an intellectual-property regime that left billions without COVID-19 vaccines just so that a few drug companies could earn billions in extra profits". However, modernity has not been rigorously comprehended because speeches of a majority of business and political leaders in Davos seemed to be banal.

Analysis of recent research and publications. Nowadays, on the one hand, there is a lack of considerations regarding how and why everything has gone such a wrong way. On the other hand, there are erroneous hyper-optimistic reflections, which have been dominating in the period of globalization flourishing. Globalization problems, implications, and contradictions are widely discussed in the modern world. There will be great and complicated research work regarding ascertaining reasons and forms of contemporary collisions of globalization (Chang, 2008; Soros, 2000; Robinson, & Adzhemohlu, 2016; Stiglitz, 2022; Shaihorodskyi, 2012; Naumkina, & Tkachuk, 2005; Pavlenko, 2002). Nevertheless, globalization is the one side of a process, which always and everywhere has another opposite side being inseparable part of the very process, as well as its sides. This opposite and inseparable side of globalization is localization. *The main contradiction of modernity is a contradiction between globalization, which develops at the expense of information and financial technologies, and localization of material and labour resources being unable to move in space at the speed of information and financial flows.*

An objective of the paper. Contradictions are naturally resolved owing to emergence of new formations, where controversies find methods for the movement, interconversion, and combination of opposites. Otherwise, contradictions are not resolved. This leads to destroying the very process together with its contradictions, which manifest its sense. There are various methods and forms of movement and

handling contradictions. They may fall into certain methods, e.g. a method for mediation of contradictions, balancing, reaching a compromise, complication through deepening the controversy, etc. However, the most thorough and system contradictions are handled through the change in structure and mechanisms of functioning of a system. The purpose of our research is to analyse the movement and solving contradictions of globalization and localization within the historical development of socio-economic systems under the hybrid war and post-war reconstruction.

Main findings. Although the historical process is regular and objective, it is manifested by subjective human activities adding peculiarities and variations to forms regularities manifest in. The variation enhances in the process of transferring from tangible forms of the human existence to ideal ones realized through human consciousness. General logics of the historical evolvement is highly concentrated in changes in economic forms, while peculiarities – in changes in civilization forms of the human existence ("Formatsiia i tsyvilizatsiia. Suchasni kontseptsii suspilnoho rozvytku", 2010). Changes in the international and world orders are characterized by the historical cyclicity. In the end of last year, Ray (2021) introduced a book dedicated to the changing world orders. It became an international bestseller and is widely discussed by specialists and international scientific, political, and business communities. Having generalized big data, which is concerned with criteria such as development of education, innovations, and technologies, competitiveness of countries in global markets, amounts of production, a share in world trade, military capacity, opportunities of a financial centre in capital markets, power of currency as reserve one, the author indicated large cycles lasting 250 years with transition periods of 10–20 years (dating back to the middle of the second millennium).

To classify the historical evolvement of the world system, scientists have begun to actively use a notion of world order. Although it has quickly turned into a general narrative, its essence cannot be clearly crystallized. There is a wide range of approaches significantly differing from each other. Therefore, it is necessary to explain how this notion may be used. The world order is referred to as informal and formal rules for building and implementing international relations between the world system's entities within the global institutional environment and time. The world order is an outcome of development of the international order, which has had nothing to do with the world order, to a level of the global world.

The world order correlates with national orders, which regulate public relations in a country, through international relationships. Basic rules for building a national state are usually represented by a constitution – the main law underlying the whole system of national legislation. In democratic countries, there is division of power into legislative, executive, and judiciary powers. Laws underpin primary and

secondary acts for different levels of administration. In addition, they may be supplemented by various traditions, routines, and informal rules impacting human behaviour no less than formal ones.

In contrast to national orders, international orders are concerned with inter-state and inter-ethnic relationships and are regulated within interactions between countries from a certain spatial areola. The world order forms together with intensive development of international trade and international affairs, and coincides with extensive development of capitalist relationships in time. In the process of international competition, particular countries achieve technological, economic, and military leadership. These countries gain opportunities to establish orders they consider as appropriate ones. Moreover, other countries voluntarily or forcibly agree with such orders. Technological leadership provide advantages in spheres being preferable in international relationships (sailing in a period of intensive development of trade and trade capital, the industrial development in a period of industrial capital supremacy, development of a monetary and credit sphere in transition to dominance of financial capital). Each of these stages conforms to leadership of a country being the most successful in implementing historical advantages. Holland was a leader of the trade capital epoch (the second half of the 16th century – the first half of the 17th century). With development of industrial capital, leadership is passed to England (the second half of the 17th century – the beginning of the 20th century). The formation of financial capital has made the USA a leader (the first half of the 20th century – current time). Leadership of these countries has been accompanied by strengthening and the wide usage of their currencies in international transactions. The British pound sterling has ousted the Dutch guilder from prevailing positions. In turn, the former has been replaced by the USA dollar. The assertion of leadership occurs through rivalry and the escalation of contradictions and war. Owing to globalization, international orders, which had been succeeding each other, have become world ones and turned localization into an element of own realization.

The transition from industrial and market to information and network economies, which has begun recently, transfers a major content of globalization processes to virtual space being a living environment for information, which is becoming a determinative factor for implementing the real technological, economic, and social processes. This characteristic also applies to wars as the most severe forms for handling contradictions. While the first two world wars have been occurring within real and spatially localized margins, the modern war is hybrid and global. It contemplates the blur of boundaries between war and peace and includes military, economic, information, and civilization components. A country may not be a formal participator of an armed conflict, may be spatially far away from military actions, but may actually provide a warring country with data of electronics intelligence

(nowadays, this is essential component of success), deliver weapons, etc. A military conflict may be a proxy-war occurring between particular entities, but actually realize the interests of other global players.

It is worth mentioning that the global world order comprises certain levels of its manifestation. At the upper levels, rules and norms change more frequently than at the lower ones. Numerous changes have arisen from wars, which had been occurring, for instance, before the formation of the world economy, namely changes in borders of countries, territorial division of the world, zones of influence, and the world order. The outcomes have been fixed in corresponding agreements. Despite these changes, general rules of war and peace, relationships between winners and losers, and international rules of behaviour have not been significantly modified. Only the World War I destroyed this order. This has resulted in changes in both national and world orders. The Revolution of 1917 in Russia, which occurred in the course of the World War I, as well as the evolvement of two world systems after the World War II has created a new world order based on co-existence and fighting of two socio-economic systems in different forms.

According to this conception, a large cycle begins after a great military conflict, which results in establishing a new world order, where a new country begins to play a leading role. It consolidates own power, create corresponding institutions, and ensures prosperity. At the top of this historical movement, prosperity always increases, a new generation live in more comfortable conditions, demands and debts grow, and a government, using a reserve currency, resolve own problems at the expense of emission of additional monetary units. All these factors lead to accumulation of problems, strengthening the social inequality, and weakening the government institutions. Subsequently, an economy transits to a stage of decline. A weakened country cannot counteract new strengthening countries. Effects of wars result in redistribution of world power and formation of a new world order. The rise and fall of the Dutch Empire, the British Empire, and the rise of the USA as a world leader has occurred according to such scenario.

In general, we may agree with such approach, taking into account clarification regarding acceleration of the historical process, existence of different levels of the world order, and peculiarities of a contemporary process of globalization. Changes in world orders have been breaking points for resolving contradictions of globalization and localization. They have always begun with wars as the acute manifestation of contradictions between the inter-state and regional interests and have ended with peace, which, for some time, has handled these contradictions and renovated world interrelationships. On the level of forming the new world orders concerned with territorial division and regulation of relationships of leading countries, we may indicate:

The Peace of Westphalia (1648), which formed a new order in Europe after the end of the Thirty Years' War, which had touched almost all the European countries, and stipulated a corresponding system of international relations grounded in a conception of state sovereignty (Dmytriiev, 2001).

The Congress of Vienna (September 1814 – June 1815), which was attended by more than two hundred of diplomats from almost all the European countries. The Congress redrew the political map of Europe and transformed Europe into a community of legitimate monarchies (Videnska systema mizhnarodnykh vidnosyn).

The Treaty of Versailles (1919), which integrated outcomes of the World War I and became a precarious basis for inter-state relationships after the separate treaty between the USA and Germany (1921) being practically identical to the Treaty of Versailles but not comprising articles on the League of Nations and responsibility of Germany for the unleashed war ("Versalsko-Vashynhtonska systema", 2009). These arrangements have been stipulated by considerable contradictions between the countries, the revolution in Russia, and general instability. The parties have constantly violated the Treaty, which became invalid in 1937.

The Yalta and Potsdam Conferences (1945), which summarized outcomes of the World War II and formed the post-war world order, including state border changes, denazification, demilitarization, democratization, and decartelization of Germany, as well as solutions on principles for establishment of the UNO and its activity (Tanasiichuk, 2020). The dissolution of the USSR introduced a crisis of the post-war world order, which has gone through several stages and has recently achieved the highest devastating point.

In addition, we may indicate civilizational cycles. There are theories considering the history of humankind as the change of civilizational cycles with the permanently reducing duration. Authors of these theories outline stages of the emergence, development, flourishing, and decline of civilization. Despite the fact that civilizations do not grow into one another, but succeed each other, their co-existence on the same territory and the existence of human communities on them impart the integrity to the historical process. Nevertheless, the latter cannot be understandable as a linear process. The civilizational order is one of fundamental grounds for the world order. Hence, civilizational competition frequently manifests through technological, economic, social, and culturological forms, and only at the top of contradictions exists in its own form. Thus, civilizational wars are the most devastating and hybrid.

As contemporary scientists believe, the Peace of Westphalia laid the groundwork for the modern world order, where sovereign states act drawing on international law principles. Events, which had occurred after the dissolution of the USSR,

reached their apogee in Russia's war on Ukraine and in the confrontation of the most powerful world players. This war has actually questioned basic principles of the international law, including rights to property and sovereignty. Not only does this war destroy certain forms of historical embodiment of the world order at the beginning of the 21st century, but also abolishes fundamental basics affirmed by the Westphalia system. The world stands on the threshold of a principally new world order, where governments (with blurred sovereignty), as well as multinational corporations, mainly information and digital ones being already more powerful than many countries and possessing both common-divided property and power in various countries and the global environment, become leading players; where economic relationships primarily transfer to the virtual space, and digital currencies crowd out national monetary units; where rules and norms of human vital activity are mainly formed within global networks, and inter-state relationships recede into the background, giving way to direct relationships between humans as the global environment's entities.

The formation of hybrid global and local systems called «war-peace», on the one hand, is a form of the manifestation of contradictions between globalization and localization and, on the other hand, is a way of their movement and resolving. As a result of wars, unbalanced elements (sub-systems) of economic systems come into balance becoming the ground for further development. This balance may be achieved at a lower level of development compared to a previous one and may consist in redivision of an economic environment and the potential, etc. Combining the war and peaceful characteristics creates an opportunity for resolving the contradictions rather than for accumulating them.

The post-war reconstruction of Ukraine's economy has to handle contradictions between globalization and localization in two contexts. Firstly, there is a need for searching the effective spatial localization of productions based on internal and external (export) needs. Secondly, it is important to ensure reproduction of the national economic complex within the global economic environment. Ways for handling these contradictions also contradict. Localization of productions and development of their export potential may restrict the internal market in case of price disparities whereas accomplishing goals of proportional development of the national economy may negatively influence profitability of enterprises in case of their prior orientation towards external market under price disparities. Searching for ways to resolve these contradictions between globalization and localization is a prerogative of the government's economic policy.

All these facts should be considered in the process of post-war reconstruction of Ukraine's economy, which will also be a form of handling controversies between globalization and localization within the local environment of our country.

Complexity and peculiarities of military, political, and socio-economic situations are also related to spatial localization of certain contradictions in Ukraine, namely its internal contradictions accumulated since the declaration of independence, contradictions of the USA and Russia as two major and the most powerful military forces being able to terminate each other and the world in general; contradictions of Russia with Ukraine and the EU regarding the entry of Ukraine into the EU.

In the process of reconstructive renovation, it is essential to ascertain and practically implement the own interest of Ukraine, taking into consideration all its geographical, geopolitical, historical, mental, and other characteristics, and to determine ways for realization of own interest under volatile conditions of the formation of a new world order. Settling this problem includes three major components:

a) understanding own interest being objective for the existence of a country and its sovereignty and not coinciding with the interests of political elites or certain groups of population;

b) ascertaining the tendencies of technological, economic, social, political, and spiritual development of the world and its main vectors;

c) indicating the ways for joining the global world, which will enable to most efficiently realize own interest.

Own interest of Ukraine consists in:

a) preserving and developing its people as a community of humans living on the territory of a country. Comprehending this interest is complicated because, as to S. Huntington, the fault line of civilizations passes through the territory of Ukraine (Huntington, 1997). This has become one of factors for Russia's war on Ukraine and implies a permanent problem, which has internal expressions. Acuity of this problem is supported from outside;

b) determining the ways for using own geographical, resource, historical, mental, and other peculiarities as advantages in socio-economic development of a country and in its international competitive fight bearing signs of turbulence.

Major players influencing changes in the world order, depending on or regardless of their desire, are primarily the following: the USA as the most powerful country of the modern world alongside Great Britain, the EU, and other allies; China as a dynamically developing country being equal to the USA by the GDP level; Russia, which has the relatively weak economy, but possesses the powerful neutral and nuclear potential; other world with the relatively neutral and balancing position in the world confrontation and the increasing capacity.

General tendencies, which have manifested themselves, will continue. The most important are as follows: the reduction of the US share of the world production and escalation of internal economic and social contradictions in this country; the

increment of internal problems in the EU; economic strengthening of China and the increase of its role in the global world; the increase of shares and the role of Eastern countries in the world economy; the decrease of the role of the USA dollar in the world financial system and the gradual formation of several currency zones (the USA dollar, euro, yuan, and rubble) supplemented by parallel extension of the stable coin usage in international transactions; the intensification of contradictions and formation of the new polarity and configuration of major world centres; redivision of real power between national governments and multinational, usually monopolistic, corporations in the global environment; the increase of importance of digital technologies in all the spheres of a society's vital activity; changes in structure of spatial localization of productions related to implementing digital technologies and geopolitical factors; the increase of social stratification in developed countries caused by implementing new technologies, which simplify labour and force out employees from productions; development of network social relationships and the formation of a network human with blurred personality (a human's consciousness and motivation of behaviour are more and more formed within networks; this creates significant opportunities for mass manipulation of public mood; increasing estrangement of elites from the interests of broad masses of population and a tendency for changes of outflowing patterns of political power; the decrease of international law role and strengthening of power components in international relationships; reformatting of international organizations as a component of the new world order formation (Zhelezniak, 2022).

The above-mentioned tendencies will increase for decades. Under such conditions, from the standpoint of Ukraine in the global world, we should primarily take into account that the new order formation, particularly at the current stage, will not change the essence of confrontation between the USA and Russia. Thus, in the context of the new world order formation, Ukraine is interested in fulfilment of foreign-policy conditions for achieving the security and stability in own post-war revival. The end of the war is the primary basis for such revival. The reconstruction nature of Ukraine's economic rebuilding contemplates establishing the new structure grounded in applying modern technologies and contemporary approaches to spatial localization of productions rather than reproduction of the old one. The socio-economic system reconstruction should be aimed at creating conditions for effective employment, ensuring the increase of population incomes, overcoming poverty, the decrease of social stratification, and creating conducive conditions for business and investing. It should be oriented towards creating the national entrenched socio-economic development primarily drawing on the usage of national material and labour resources and creating the greatest number of units for resource recycling in the country.

According to the established purpose, there is a need to structure the most important goals and approaches to their accomplishment. At the same time, it is essential to draw on assessment of the real position of the economy and society, as well as understanding the main tendencies of the world development and reconstructive mechanisms. The rational choice of Ukraine in the reconstructive development consists in:

– adequate evaluating the reality;

– establishing objectives, which, on the one hand, conform to real opportunities and, on the other hand, start from the usage of peculiarities and advantages being inherent to Ukraine;

– finding means for achieving objectives (including corresponding material, financial, and labour resources, economic mechanisms, and special tools).

The choice of means for achieving objectives contemplates acquiring various experiences of rebuilding in a post-war period from around the world. Studying these experiences affirms futility of mechanic copying and the necessity for finding a method of actions being adequate to post-war conditions in Ukraine.

Among the most important directions of objective changes determining the conditions of reconstruction, we may highlight the following ones: development of the information and network economy, which includes dissemination of information, digital, and neural network technologies, stipulates significant changes in ownership relationships, labour forms, and distribution of manufacturing results (changes in intellectual property forms, development of mutual usage, cluster and district types of organizing the vital space, remote work, unconditional, rental, and premium types of revenues, etc.); the orientation towards energy efficiency, environmentally friendly productions, and the green economy (Heiets, Podolets, & Diachuk, 2022). Under Ukraine's conditions, this stipulates the necessity for the usage of non-traditional mechanisms for financing of solutions for such problems. *A structural policy,* which is aimed at creating the economic architectonics being able to ensure the modern design for socio-economic development, should become a centre of exerting the government's efforts. The structural policy may be a core element of all the other types of policies, namely *budget, tax, monetary, credit, and investment* ones. The structural policy may draw on *combining of strategic planning and the market self-organization*. On the one hand, it derives from determining the leading finished goods: a) goods providing a human's vital activity (nutrition, housing, medicines, items for long-term consumption); b) goods distributed owing to forming the new technological era (electro-technical gadgets, information and digital technologies, etc.). On the other hand, it derives from existing resources (including from neutral ones) being necessary for manufacturing of these goods and being aimed at creating the

greatest possible number of units for manufacturing of these goods in Ukraine. Financing of investments in new types of production is provided at the expense of combining the government targeted lending and involving private capital (a general rule: if there are resources for production, there will be no problems with financing). The targeted long-term lending may be realized at the expense of emission funds through a government loan institution at low interest rates (with involvement of commercial banks as operators gaining return on expenses rather than a loan sum) and at the expense of budgetary funds. Since emissive monetary units are issued for the creation and movement of new value, this will not lead to the excessive increase of inflation.

Such approach contemplates the refusal from the inflation targeting mode, which may operate only in a balanced economy and offers to transit to extended targeting of monetary unit stability. This implies control over interrelated correlations of the inflation (internal stability) and exchange rate (external stability). Stability of the real effective exchange rate at the level determined by the trade balance is a criterion for fulfillment of this term. Under such conditions, the inflation may run at 9%. Money supply may increase at a considerably faster pace.

A general mechanism for solving basic problems characterized by a gap between real needs and demand (e.g., for nutrition and housing) may draw on the following algorithm:

– indicating a real need for goods (not demand);

– determining a scientifically substantiated (normal) rate for meeting needs;

– determining a factual rate for meeting a scientifically substantiated need in terms of current demand;

– ascertaining distinctions between a factual rate for meeting a need and a scientifically substantiated rate;

– the choice of variant for bringing a scientifically substantiated need into line with demand;

– monetization of a need at a rate of demand, which corresponds to a scientifically substantiated need;

– indicating amounts of resources being necessary for meeting scientifically substantiated needs;

– calculating differences between existing resources and resources being necessary for meeting scientifically substantiated needs;

– the choice of variant for bringing a resource basis into line with a proposition stipulated by demand;

– creating channels for combining demand and supply for a particular good.

An approach to solving a housing problem, which is solved in the medium-term prospect in case of appropriate organizing, is an example of such combining.

A government should begin with providing people, who have lost home as a result of the war, with housing and gradually proceed to the full-scale construction of housing based on applying modern technologies, the science on vital space organization, and a corresponding monetary policy.

In accomplishing these ones and other larger goals, it is necessary to found government and public non-profit institutions for development (e.g., a government public financial and credit institution), which could provide coordinated financing of material resource mobilization and monetization of basic needs, using budgetary funds and central bank refinancing. Such institutions could give loans to citizens, who need improving housing conditions. The usage of these loans could be connected to construction organizations. The above-mentioned institution could ensure transparency of procurement procedures, public control over the whole process, and return on a loan given by the government institution. It gives a loan at an established low rate (1–3 %) to a borrower, who needs improving housing conditions and transfers money to a construction organization for constructing this housing. Construction organizations are selected in the process of tender establishing requirements to quality of construction, applied modern technologies, and building materials manufactured in Ukraine (import is permitted only in case of their absence). Simultaneously, the government should undertake measures regarding import substitution of products being necessary for housing construction. Constructing houses and flats could be a mortgage until the loan is paid off. Such loan may not be reimbursed for as long as necessary, neither harming the economy nor causing the inflation. This enables differentiation of terms for loan repayment depending on a borrower's income. In such case, a government and a society perform their own functions of regulating monetary flows in order to meet needs of a society members and business organizations. Taking into account a housing construction's opportunity to carry out own activity on the basis of new energy efficiency technologies, new building materials, and construction technologies, housing construction is the very sector, which may be an incentive for development of other sectors and the country's internal market.

Conclusions. Consequently, understanding of space-time integrity and regularity of processes for accomplishing urgent goals for the direct exit from the war, medium-term goals for ensuring sustainable development, and a long-term process of forming a new information and network economy should become a methodological imperative for structuring the goals for the renovation and post-war reconstruction of Ukraine's economy. There is a need to highlight a leading goal (sector) being subject to the concentration of efforts and stipulating the subordination of other goals at each stage.

REFERENCES

1. Chang, Ha-Joon. (2008). *Bad Samaritans. The Guilty Secrets of Rich Nations and the Threat to Global Prosperity*. https://www.yakaboo.ua/ua/bad-samaritans-the-guilty-secrets-of-rich-nations-and-the-threat-to-global-prosperity.html
2. Dmytriiev, A. I. (2001). *Vestfalskyi myr 1648 roku i suchasne mizhnarodne pravo [The Peace of Westphalia of 1648 and modern international law].* Instytutt derzhavy i prava im. V. M. Koretskoho NAN Ukrainy; Kyivskyi universytet prava [in Ukrainian].
3. *Formatsiia i tsyvilizatsiia. Suchasni kontseptsii suspilnoho rozvytku [Formation and civilization. Modern concepts of social development].* (2010, December 21). https://oro.at.ua/news/59_formacija_i_civilizacija/2010-12-21-13 [in Ukrainian].
4. Heiets, V. M., Podolets, R. Z., & Diachuk, O. A. (2022). Povoienna ekonomika Ukrainy v imperatyvakh nyzkovuhletsevoho rozvytku (makrootsinka) [The post-war economy of Ukraine in the imperatives of low-carbon development (macro assessment)]. *Nauka ta innovatsii – Science and innovation*, *6* [in Ukrainian].
5. Huntington, S. P. (1997). *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order.* Touchstone book, Simon and Schuster. https://msuweb.montclair.edu/~lebelp/1993SamuelPHuntingtonTheClashOfCivilizationsAndTheRemakingofWorldOrder.pdf
6. Naumkina, S., & Tkachuk, Yu. (2005). Hlobalizatsiia: tendentsii intehratsii, universalizatsii ta poliaryzatsii suchasnoho svitu [Globalization: trends of integration, universalization and polarization of the modern world]. *Politychnyi menedzhment – Political management*, *6,* 121–128. http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/8873/13-naumkina.pdf [in Ukrainian].
7. Pavlenko, Yu. V. (2002). *Istoriya mirovoy tsivilizatsii. Filosofskiy analiz [History of world civilization. Philosophical analysis].* Feniks [in Russian].
8. Ray, D. (2021). *The Principles for Dealing with the Changing World Order: Why Nations Succeed or Fail*. Avid Reader Press.
9. Robinson, Dzh., & Adzhemohlu, D. (2016). *Chomu natsii zanepadaiut? Pokhodzhennia vlady, bahatstva i bidnosti [Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty].* Nash Format. https://www.yakaboo.ua/ua/chomu-nacii-zanepadajut-pohodzhennja-vladi-bagatstva-i-bidnosti.html [in Ukrainian].
10. Shaihorodskyi, Yu. (2012). Hlobalizatsiia: nemynuchist kontseptualnykh zmin [Globalization: the inevitability of conceptual changes]. *Politychnyi menedzhment – Political management*, *3*, 64–75. https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/shaigorodskyi_globalizatsia.pdf [in Ukrainian].
11. Soros, G. (2000). *Open Society. Reforming Global Capitalism.* Little Brown Book Group. https://www.yakaboo.ua/ua/open-society-reforming-global-capitalism.html
12. Stiglitz, J. (2022, June 7). Getting deglobalisation right. *Social Europe*. https://socialeurope.eu/getting-deglobalisation-right
13. Tanasiichuk, O. (2020, August 2). *Potsdam. Konferentsiia, yaka perekroila povoiennu Yevropu [Potsdam. The conference that reshaped post-war Europe].* Ukrinform. https://www.ukrinform.ua/rubric-polytics/3073599-potsdam-konferencia-aka-perekroila-povoennu-evropu.html [in Ukrainian].
14. *Versalsko-Vashynhtonska systema [Versailles-Washington system].* (2009, June 11). https://osvita.ua/vnz/reports/world_history/4804 [in Ukrainian].

15. *Videnska systema mizhnarodnykh vidnosyn [Vienna system of international relations]*. (n.d.). https://jak.waykun.com/articles/videnska-sistema-mizhnarodnih-vidnosin.html [in Ukrainian].
16. *Vidnovlennia ta rekonstruktsiia ekonomiky Ukrainy: naukova dopovid [The Recovery and reconstruction of the economy of Ukraine: a scientific report]*. (2022). NAN Ukrainy. https://www.ukrinform.ua/rubric-polytics/3073599-potsdam-konferenciaaka-perekroila-povoennu-evropu.html [in Ukrainian].
17. Zhelezniak, Ya. (2022, April 13). *5 istorii ekonomichnoho uspikhu pislia viiny: svitovyi dosvid dlia Ukrainy [5 stories of economic success after the war: world experience for Ukraine]*. https://lb.ua/economics/2022/04/13/513199_5_istoriy_ekonomichnogo_uspihu_pislya.html [in Ukrainian].

Article details:
Received: 25 July 2022
Revised: 20 August 2022
Accepted: 29 August 2022

А. А. ГРИЦЕНКО
доктор економічних наук, професор, академік Національної академії наук України, заступник директора Інституту економіки та прогнозування Національної академії наук України, Україна, м. Київ
О. А. ГРИЦЕНКО
докторка економічних наук, професорка, професорка кафедри економічної теорії Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого, Україна, м. Харків

ЕКОНОМІЧНІ СУПЕРЕЧНОСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЛОКАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ ТА ПІСЛЯВОЄННОЇ РЕКОНСТРУКЦІЇ

Постановка проблеми. Криза глобалізації виявляється у різноманітних проявах, які стали предметом уваги наукової спільноти. Але аналізу піддаються переважно зовнішні ефекти, а ґрунтовного осмислення глибинних процесів так і не відбулося.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні, з одного боку, мало досліджень, які б з'ясовували причини того, чому глобалізація привела не до тих результатів, які очікувались, з іншого– існують спрощені, надто оптимістичні підходи, що залишилися з часу успішного розвитку глобалізації. Проведено велику роботу щодо опису різноманітних кризових явищ, їх наслідків. Існують суперечливі уявлення стосовно майбутнього глобалізації. Недоліком існуючих підходів є дослідження глобалізації без її відповідного співвідношення з локалізацією як своєю протилежністю. В реальності глобалізація і локалізація завжди знаходяться у нерозривному зв'язку, який проходить закономірні ступені свого історичного розвитку.

Метою цієї статті є розкриття форм руху і розв'язання суперечностей глобалізації та локалізації в історичному розвитку соціально-економічних систем в умовах гібридної війни та післявоєнної реконструкції.

Виклад основного матеріалу. Об'єктивні економічні закономірності реалізуються через свідому діяльність людей, які є суб'єктами історичного процесу. Внаслідок цього виникає варіативність форм реалізації об'єктивних закономірностей. У дослідженні історичного розвитку світової системи останнім часом стало активно використовуватися поняття світового порядку, який будується на основі неформальних і формальних правил і реалізується в системі міжнародних відносин між суб'єктами світової системи в глобальному інституційному просторі-часі. Перехід від індустріально-ринкової до інформаційно-мережевої економіки, що розпочався зараз, переводить основний зміст процесів глобалізації у віртуальний простір як життєве середовище інформації, яка стає визначальним чинником здійснення реальних технологічних, економічних і соціальних процесів. Це стосується і війн як найбільш гострих форм розв'язання суперечностей. Згідно з концепцією циклічного розвитку Р. Даліо, великий історичний цикл починається після великого воєнного конфлікту, що започатковує утвердження нового світового порядку, де провідна роль переходить до нової держави, яка інституціоналізує свою владу і забезпечує подальший розвиток.

Сучасний світ породжує принципово новий світовий порядок, де роль провідних гравців поступово зміщується від держав, суверенітет яких розмивається, у бік міжнародних корпорацій, перш за все інформаційно-цифрових, які вже зараз є більш потужними, ніж багато держав, і мають і спільно-розділену власність, і владу в різних країнах глобального простору. Формування гібридної глобально-локальної системи «мир – війна», з одного боку, є формою прояву суперечностей глобалізації та локалізації, з іншого– способом їх руху і розв'язання. Внаслідок війни нерівноважні елементи (підсистеми) економічних систем приходять у відносну рівновагу, яка стає підґрунтям для подальшого розвитку.

Повоєнна реконструкція економіки України повинна розв'язувати суперечності глобалізації та локалізації у двоякому сенсі. По-перше, це пошук ефективної просторової локалізації виробництв з урахуванням внутрішніх і зовнішніх (експортних) потреб. По-друге, це забезпечення відтворення національного господарського комплексу в глобальному економічному середовищі. Способи розв'язання цих суперечностей також находяться в суперечності. Локалізація виробництв і розвиток їх експортного потенціалу може обмежувати внутрішній ринок у разі цінових диспаритетів, а вирішення завдань пропорційного розвитку національної економіки може негативно впливати на прибутковість підприємств у разі їх пріоритетної орієнтації на зовнішній ринок в умовах цінових диспаритетів. Знаходження способів розв'язання цих суперечностей глобалізації та локалізації є прерогативою економічної політики держави. У процесі реконструктивного відновлення важливо уяснити і практично

реалізувати власний інтерес України з урахуванням усіх її географічних, геополітичних, історичних, ментальних та інших характеристик і віднайти способи реалізації власного інтересу в мінливих умовах формування нового світового порядку.

Висновки. Таким чином, методологічним імперативом структурування завдань відновлення і повоєнної реконструкції економіки України має стати розуміння просторово-часової єдності та послідовності процесів вирішення невідкладних завдань безпосереднього виходу з воєнного стану, середньострокових завдань забезпечення стійкого розвитку і довгострокового процесу формування нової інформаційно-мережевої економіки. Необхідно на кожному етапі виділяти провідне завдання (ланку), на вирішенні якого концентруються зусилля та яке визначає субординованість інших завдань.

Коротка анотація статті

Автори розглядають основну суперечність сучасності між глобалізацією, яка розвивається за рахунок інформаційно-фінансових технологій, і локалізацією матеріальних і трудових ресурсів, не здатних переміщуватися в просторі зі швидкістю інформації та фінансових потоків. Автори доводять, що методологічним імперативом структурування завдань відновлення і повоєнної реконструкції економіки України має стати розуміння просторово-часової єдності та послідовності процесів вирішення невідкладних завдань безпосереднього виходу з воєнного стану, середньострокових завдань забезпечення стійкого розвитку й довгострокового процесу формування нової інформаційно-мережевої економіки. Автори пропонують на кожному етапі виділяти провідне завдання (ланку), на вирішенні якого концентруються зусилля та яке визначає субординованість інших завдань.

Ключові слова: глобалізація, локалізація, повоєнна економіка, відновлення, реконструкція, інформаційно-мережеве суспільство.

Стаття надійшла до редакції 25.07.2022
Стаття пройшла рецензування 20.08.2022
Стаття рекомендована до опублікування 29.08.2022

Рекомендоване цитування: Hrytsenko A. A., Hrytsenko O. A. Economic contradictions of globalization and localization under the hybrid war and post-war reconstruction. *Економічна теорія та право*. 2022. №3 (50). С. 9–24. DOI: https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-9.

Suggested citation: Hrytsenko, A. A., & Hrytsenko, O. A. (2022). Economic contradictions of globalization and localization under the hybrid war and post-war reconstruction. *Ekonomichna teoriia ta pravo – Economic Theory and Law*, *3*(50), 9–24. https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-9.

DOI: https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-25
УДК [338.48-6:614]:005.5

Т. М. КАМІНСЬКА
докторка економічних наук, професорка,
професорка кафедри економічної теорії
Національного юридичного університету
імені Ярослава Мудрого,
Україна, м. Харків
e-mail: kamtm@ukr.net
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-1359-834X

РИНОК МІЖНАРОДНИХ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ ЯК ОБ'ЄКТ КОНСАЛТИНГУ[1]

Стаття присвячена аналізу сутності, функцій ринку міжнародних медичних послуг, його головних суб'єктів, особливостей розвитку та чинників зростання. Особливий акцент зроблено на експортно-імпортному консалтингу. Охарактеризовано його особливості й тенденції розвитку. Надано аналіз видів консалтингу на ринку медичних послуг України та перспектив його розвитку у повоєнний період.

Ключові слова: консалтинг, ринок, медичні послуги, медичний туризм, інфраструктура.

JEL Classification: D40, F10, F20, I11, I18, M20.

Постановка проблеми. Приголомшливе падіння ВВП України внаслідок військової агресії з боку Росії є викликом для виживання нашої економіки та повоєнного розвитку. Воно потребуватиме нетривіальних підходів і стрімкого розвитку тих ринків і видів економічної діяльності, які належать до третинного сектору і скоріше забезпечать відновлення країни. Досвід світової економіки свідчить про поступове зростання попиту на міжнародний консалтинг із боку медичних організацій, які прагнуть здійснювати експорт медичних послуг з метою розширення ринків споживачів-пацієнтів, зміцнення присутності надавачів медичних послуг за кордоном, збільшення їхніх кон-

[1] Роботу виконано в межах цільової комплексної програми «Соціально-економічна модернізація України та формування інноваційної моделі розвитку» (номер державної реєстрації 0111u000961).
© Камінська Т. М., 2022. Стаття публікується на умовах ліцензії Creative Commons – Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).
Статтю розміщено на сайті збірника: http://econtlaw.nlu.edu.ua.

курентних переваг, покращення свого фінансового стану та якості менеджменту, впровадження нових медичних технологій. До консалтингових послуг в охороні здоров'я прагнуть навіть уряди, які зацікавлені в збільшенні рівня її фінансування та інноваційного розвитку, зростанні надходжень до державного бюджету, тривалому підтриманні активного торговельного балансу країни. Роль міжнародного економічного консалтингу в медичній індустрії зростає також під впливом туризму, покращення світової інфраструктури і зростання якості життя в розвинених країнах. Участь повоєнної України в міжнародній медичній індустрії є перспективним напрямком, тому зростає необхідність вивчення світового досвіду в цій сфері.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній економічній літературі вітчизняні та зарубіжні науковці вивчають окремо деякі питання розвитку світових ринків медичних послуг і консалтингу. Це стосується І. Басюка (I. Basiuk) [1], Е. О. Гапонової (E. O. Haponova) [2], М. Ю. Поворозника (M. Yu. Povoroznyk) [3], Я. А. Хонга (Y. A. Hong) [4] та інших. Т. С. Чернуха (T. S. Chernukha) і Т. С. Бунчикова (T. S. Bunchykova) розглядають стратегії та форми виходу консалтингової компанії на міжнародний ринок у цілому [5]. Проте не вистачає публікацій, які поєднують ці ринки, обґрунтовують стержневі характеристики їх розвитку і роль експортно-імпортного консалтингу для покупців / споживачів медичних послуг. Утім, лікування іноземців у певній країні є першим етапом інтернаціоналізації медичного бізнесу, значно розширює його кордони і потребує поширення практики сучасного консалтингу.

Формулювання цілей. Метою статті є аналіз сутності, функцій, чинників розвитку ринку міжнародних медичних послуг та ролі й видів економічного консалтингу в збільшенні експортної діяльності медичних організацій.

Виклад основного матеріалу. Ринок міжнародних медичних послуг можна розглядати як споріднену складову ринку міжнародного медичного туризму. Їх співвідношення як особливого і загального свідчить, по-перше, що медичні послуги, які завжди вважалися територіально обмеженими, стають міжнародними і, по-друге, залежать не тільки від діяльності медичних суб'єктів, але й рівня розвиненості міжнародного туризму. Завдяки йому відбувається нівелювання усіх перешкод для лікування та оздоровлення громадян за кордоном на умовах оперативності, якості і комфорту. Суб'єктами ринку міжнародних медичних послуг є їх продавці (надавачі) і покупці (споживачі), які мешкають у різних країнах, а також міжнародні посередницькі структури. Об'єктами цього ринку є експорт-імпорт лікувальних, оздоровчих, реабілітаційних, рекреаційних послуг.

Міжнародний медичний туризм швидко набирає обертів і безперервно глобалізується. Його вартість у 2019 р. (до пандемії COVID-19) уже станови-

ла понад 37 млрд дол. [6]. Що стосується темпів зростання ринку в 2021 р., то згідно з таким документом, як «Звіт про глобальний ринок медичного туризму за 2021 рік: зростання та зміни після COVID-19», опублікованим організацією «The Business Research Company», вони складатимуть 10,8%, оскільки компанії та медичні організації відновлюють свою діяльність. Очікується, що у 2025 р. ринок міжнародного медичного туризму досягне 40,03 млрд дол. при річних темпах зростання 16% [7].

Ринок міжнародних медичних послуг виконує одночасно певні соціальні й економічні функції. До соціальної функції слід віднести лікування та профілактику захворювань населення будь-якої країни земної кулі, можливості яких посилюються в глобальному обсязі. Це сприятиме розширенню вибору для споживачів, що дозволяє їм купувати високоякісні послуги в медичних закладах по всьому світу. Добре здоров'я та якісна життєдіяльність приводять до тривалого і щасливого життя людей. Гуманітарна місія та етична сторона діяльності лікарів має першочергове значення, її цінність часто набагато переважає рентабельність медичних послуг. Водночас економічна доцільність теж існує. Інвестиції в людський та інтелектуальний капітал насамкінець забезпечують розвиток людини та її можливості збільшувати валовий дохід фірм і ВВП країни. Економічну функцію міжнародні медичні послуги виконують як індустрія, яка суттєво наповнює державні бюджети різних країн і регіонів. У постіндустріальній економіці експорт та імпорт послуг разом узагалі перевищують товарообіг. Зростання обігу медичних послуг лише прискорює цю позитивну тенденцію. Конкуренція серед лікарень за іноземного споживача приводить до впровадження нових медичних технологій та розвитку світової охорони здоров'я.

До того ж експорт медичних послуг є суттєвим джерелом збільшення фінансових ресурсів охорони здоров'я в економіках різних країн. Тому ці послуги зараз активно рекламуються медичними закладами на світовому ринку, які прагнуть залучити пацієнтів-іноземців. Маркетологи медичних фірм активно впливають на попит пацієнтів за допомогою ціни та нецінових факторів. Вони проводять брендинг і ребрендинг своїх клінік, використовують сучасні технології просування медичних послуг. Каталізатором розвитку глобального ринку медичних послуг стає також міжнародне медичне страхування, що сприяє підвищенню попиту на лікування та реабілітацію людей, формує нові економічні відносини між лікарнями, страховими компаніями та пацієнтами, створює інфраструктуру міжнародного медичного туризму.

Для функціонування глобального ринку медичних і рекреаційних послуг характерні позитивні екстерналії, причому не тільки для їх покупців, але й інших суб'єктів. Розвивається туристична інфраструктура, а також інфра-

структура невеликих регіонів лікування (міст, сіл, селищ), які мають цілющі джерела води й лікувальні грязі, і територіальних громад. Усе більше пацієнтів-туристів звертаються за допомогою до посередників, які більш обізнані в ефективній організації медичної подорожі. Причому виникає можливість не тільки масового споживання, але й задоволення індивідуального попиту на лікування та реабілітацію людини після хвороби з урахуванням її особистісних фізіологічних характеристик. Позитивні екстерналії проявляються також у тому, що медичний туризм долає територіальну обмеженість охорони здоров'я і формує її майбутню картину в усьому світі. Це дозволяє порівнювати медичні технології та використовувати досвід медиків з інших країн, формувати крос-культурні відносини між людьми. Міжнародний медичний туризм дає також поштовх для розвитку внутрішнього медичного туризму. Наприклад, у довоєнні часи громадяни України активно зверталися по висококваліфіковану допомогу в інші області країни. Це стосувалося трансплантації (м. Львів), кардіохірургії (м. Київ), хірургічного ортопедичного лікування (міста Київ, Харків, Маріуполь, Чернівці) та ін.

Тепер розглянемо чинники зростання міжнародних медичних послуг. Без сумніву, стрижневим є їхня роль у системі детермінант якості життя та людського розвитку, особливо у постіндустріальних країнах, де витрати на охорону здоров'я постійно зростають і є значно вищими, ніж у країнах, що розвиваються. Це демонструє графік, представлений на рис. 1.

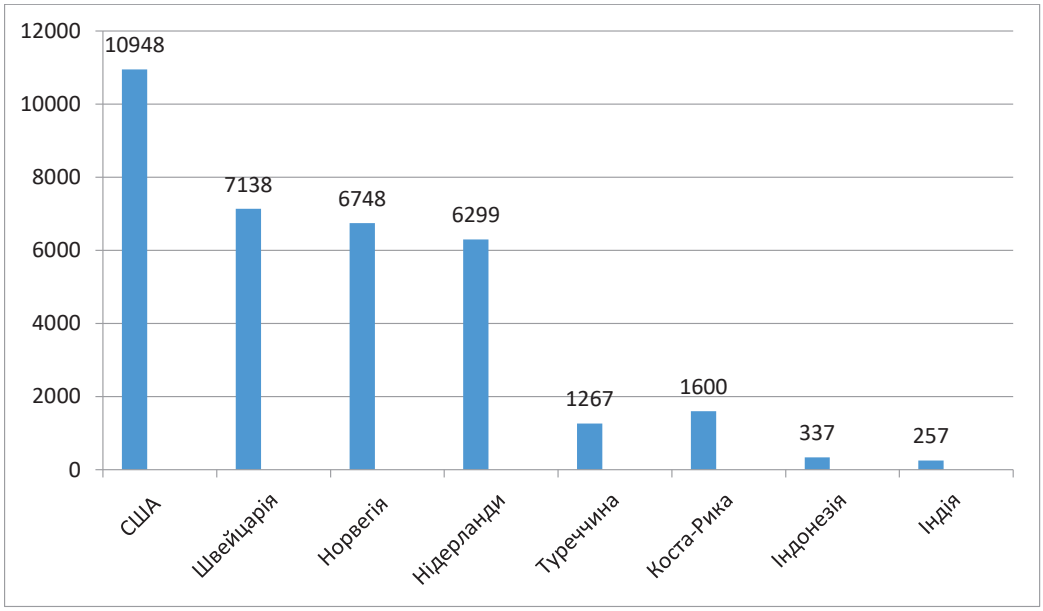


Рис. 1. Витрати на охорону здоров'я в окремих країнах світу, на душу населення у дол., 2020 р. [8]

Як свідчать дані ОЕСР, рівень витрат на охорону здоров'я (на душу населення) у США, Швейцарії, Норвегії, Канаді, Великій Британії, Японії в середньому складає 6693,8 дол., що у 7,7 разів вище, ніж аналогічний середній показник Туреччини, Коста-Рики, Індонезії, Індії, який складає 865,25 дол. Високий рівень фінансування галузі надає можливості використання новітніх медичних технологій, що збільшує якість лікування, яку не можуть отримати мешканці багатьох країн світу. У низці бідних країн окремі види діагностики, операцій і лікування (наприклад трансплантація органів, лікування певних онкохвороб) не виконуються зовсім, тому медичний туризм стає єдиним виходом і єдиною надією для громадян.

Що стосується Ізраїлю, там рівень витрат на охорону здоров'я (на душу населення) дещо нижче, ніж в інших розвинених країнах і дорівнює 2903 дол. Це пояснюється жорстким контролем держави за діяльністю чотирьох приватних лікарняних кас, які формують систему обов'язкового медичного страхування. Частину витрат на лікування здійснює також сама держава. Але якість лікування піджившується іншими чинниками, що дозволяє вважати систему охорони здоров'я в цій країні однією з найкращих.

Ось чому головними центрами розвитку міжнародного медичного туризму вважаються розвинені країни, особливо США, Канада, Велика Британія, Ізраїль [6]. У багатьох із них прийом пацієнтів-іноземців поставлено на потік, навіть попри дорожче лікування. Вважається, що Японія є однією з найрозвиненіших систем охорони здоров'я у світі. Вона надає першокласні медичні послуги громадянам та іноземним туристам, більшість з яких приїжджає з материкового Китаю. За даними Міністерства закордонних справ країни, кількість медичних віз, виданих іноземним пацієнтам, зросла з 70 у 2011 р. до 1650 у 2018 р. [9]. У Східній Європі пальму першості в області медичного туризму утримують Чехія, Угорщина, Польща [9].

Водночас великі витрати на охорону здоров'я та їх постійне зростання в постіндустріальних країнах свідчить про те, що бідніші країни можуть забезпечити дешевші медичні послуги і мають саме цінові конкурентні переваги за умови належної якості лікування. Наприклад, звернення за медичною допомогою в Сінгапурі заощаджує пацієнту від 25% до 40% від тієї суми, яку він може втратити на аналогічне лікування у США. Операція аортокоронарного шунтування коштує 140 тис. дол. у США і 25 тис. дол. у Сінгапурі. Операцію по заміні кульшового суглоба, яка коштує понад 45 000 тис. дол. у США, можна зробити приблизно за 13 тис. дол. у Сінгапурі [9]. Додаймо також, що в багатьох із розвинених країн медичне страхування не покриває вартості лікування хронічних захворювань, окремих операцій, повноцінного стоматологічного лікування та протезування. У США, наприклад, 10,9% нелітнього населення у 2019 р. були зовсім незастраховані [10]. Тому багато американців вважають

за краще проходити лікування за кордоном. Отже, суттєвими чинниками розвитку міжнародного медичного туризму є цінова різниця міжнародних медичних послуг і відсутність повноцінного медичного страхування.

До того ж у деяких країнах ЄС, особливо скандинавських, де дуже цінується принцип соціальної справедливості і солідарності, існує бюджетно-страхове фінансування охорони здоров'я та діє тенденція до стримування цін на лікування. Так само це стосується Великої Британії, Канади (там дуже висока присутність держави в охороні здоров'я на відміну від США). Обмеження зростання цін рівнем нижче ринкових призводить до дефіциту, що стимулює черги на планові діагностичні процедури (наприклад, УЗД) або операції. Середній період їх очікування іноді доходить до двох років. Тоді швидкість отримання медичної допомоги в іншій країні теж виступає чинником міжнародного медичного туризму. Пацієнти часто обирають медичні установи країн Азії і Східної Європи, у яких можна відразу почати лікуватися і навіть у більш комфортних умовах, ніж на батьківщині.

Не дивно, що разом з розвиненими країнами формуються і дуже зростають ринки медичних послуг Туреччини, Індії, Таїланду, Мексики, Коста-Рики, Дубая, Малайзії, Сінгапуру, Південної Кореї, Йорданії, Філіппін, ПАР (див. табл. 1).

Таблиця 1

20 топ-країн та їх регіонів з в'їзного медичного туризму, 2020 р. [6; 9]

№ з/п	Індекс медичного туризму	Країни
1	76,47	Канада
2	76,43	Сінгапур
3	71,85	Японія
4	72,93	Іспанія
5	71,92	Велика Британія
6	71,85	ОАЕ / Дубай
7	71,73	Коста Ріка
8	70,78	Ізраїль
9	70,26	ОАЕ / Абу-Дабі
10	69,80	Індія
11	69,61	Франція
12	69,29	Німеччина
13	69,03	Оман
14	68,81	Південна Корея
15	68,32	Чехія
16	67,93	Тайвань
17	66,83	Таїланд
18	66,75	Італія
19	66,32	Домінікана
20	66,26	Аргентина

Як видно з таблиці, серед 20 країн світу, які мають найбільші переваги для зарубіжних пацієнтів, половина – це країни «наздоганяючого розвитку» з ринками, які швидко розвиваються. Вони привертають пацієнтів і лікувальним аспектом, і своїм кліматом та водночас багатою культурно-історичною спадщиною. Зокрема, станом на 2019 р. (рік до пандемії COVID-19) понад 500 тис. іноземних медичних туристів відвідали Сінгапур. Там створено міжнародні центри обслуговування пацієнтів (IPSC), які є посередниками між закордонними пацієнтами та сінгапурськими постачальниками медичних послуг [6]. Дуже швидко розвивається медичний туризм в Абу-Дабі, столиці ОАЕ, яка приваблює мешканців регіону, а також Коста-Риці, де експорт медичних послуг зростає найбільшими у світі темпами [9]. Туреччина, один з найуспішніших гравців світового ринку медичного туризму (30 місце у рейтингу), створила інноваційну, високотехнологічну медичну індустрію, яка щорічно обслуговує 1 млн людей зі всього світу. Таким чином відбувається географічна реструктуризація світового медичного ринку.

Наступним чинником розвитку міжнародного медичного туризму є динамічне зростання міжнародних міграційних потоків у сучасному світі. За даними Міжнародної організації міграції, нині до 272 млн осіб щороку є мігрантами (3,5% населення світу), що на 100 млн осіб більше, ніж 25 років тому [11]. Коли іммігранти потрапляють у країну, вони збільшують попит на послуги національної системи охорони здоров'я. Звичайно, що це стосується легальних іммігрантів. Щодо нелегальних, вони, навпаки, позбавлені медичної допомоги або отримують її на неформальній чи приватній основі. Але навіть у другому випадку можна говорити про фактичний експорт медичних послуг споживачам-нерезидентам. Проблема полягає в тому, що часом важко відрізнити мігрантів, які працюють на зарубіжних ринках і потрапляють у лікарні, від туристів як безпосередніх споживачів медичних послуг. Тому окремої уваги потребують найбільш масові міграційні потоки.

Загострення конкуренції між надавачами міжнародних медичних послуг породжує динамічний розвиток ринку послуг міжнародного економічного консалтингу. Він відрізняється від бізнес-консалтингу особливістю діяльності надавачів послуг: вони можуть бути і комерційними, і некомерційними організаціями. Отже, суб'єктами ринку консалтингу є, по-перше, великі комерційні компанії, які надають послуги урядам інших країн, а також закордонним клієнтам-експортерам медичних послуг у вигляді рекомендацій із широкого кола питань їхньої економічної діяльності. По-друге, суб'єктами ринку консалтингу є вітчизняні спеціалізовані компанії, які надають консультації з питань зовнішньоекономічної діяльності медичних закладів і фірм певної країни. По-третє, суб'єктами ринку консалтингу виступають некомерційні організації, які

надають або медичні послуги для іноземців, або послуги міжнародного консалтингу (як-от «Українська організація міжнародного туризму»).

На відміну від внутрішнього, міжнародний економічний консалтинг орієнтується на прийняття рішень керівниками медичних організацій, які виходять на глобальний рівень і враховують тенденції розвитку міжнародної економіки, особливо глобалізацію та транснаціоналізацію економіки, прискорений розвиток науково-технічного прогресу, міжнародну передачу технологій та цифровізацію економіки, зміну структури міжнародної торгівлі на користь торгівлі послугами і on-line торгівлі та структури міжнародного обміну капіталами, інноваційний технологічний розвиток, динамічне зростання регіональних ринків та інтеграційних союзів. Ринок послуг міжнародного економічного консалтингу для медичних організацій є сегментом світового ринку консалтингу загалом, який демонструє зростання у 2011–2021 рр. зі 107 до 220 млрд дол., тобто більше, ніж удвічі [12].

Попит на консультації з експорту та імпорту медичних послуг до 24.02.2022 мав позитивну динаміку і в Україні. Поширювалось коло медичних суб'єктів, які зміцнюють свій ресурсний потенціал і стають зацікавленими в іноземних пацієнтах (див. табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка обсягу реалізованих послуг суб'єктів медичної та стоматологічної практики у 2010–2020 рр., грн у 2010–2020 рр. [13]

Рік	Медична та стоматологічна практика загалом	У тому числі		
		Загальна медична практика	Спеціалізована медична практика	Стоматологічна практика
2010	2 087 613,4	1 173 792,6	477 471,8	436 349,0
2011	2 652 893,9	1 615 772,1	481 673,7	555 448,1
2012	3 086 310,3	1 873 000,0	583 154,1	630 156,2
2013	3 450 627,5	2 265 485,4	588 137,7	597 004,4
2014	3 724 912,8	2 533 746,3	603 846,2	587 320,3
2015	6 235 472,0	4 314 955,7	1 092 390,6	828 125,7
2016	8 358 569,8	5 917 608,8	1 401 233,7	1 039 727,3
2017	10 238 062,9	7 186 641,2	1 654 292,3	1 397 129,4
2018	14 899 369,0	1 1368 341,0	2 041 514,7	1 489 513,3
2019	25 644 125,8	20 172 283,0	3 239 491,6	2 232 351,2
2020	37 276 720,6	28 166 374,3	5 516 670,7	3 593 675,6

Дані таблиці свідчать, що спеціалізована медична практика (та, яка здійснюється в лікарняних стаціонарах) збільшилася за період 2010–2020 рр.

у понад 11,5 раза; стоматологічна практика – у 8,2 раза. Це вагомі показники. Але дивним є те, що ці показники відстають від динаміки обсягу реалізованих послуг суб'єктів загальної медичної практики і навіть сумарних показників медичної та стоматологічної практики. Їхня виручка збільшилася відповідно майже у 24 та 17,9 раза. Адже саме медичні заклади вторинної і третинної допомоги та комерційні стоматологічні клініки більшою мірою, ніж поліклініки та амбулаторії первинної ланки державної медицини, спроможні приваблювати іноземних пацієнтів.

На наш погляд, таку ситуацію можна пояснити результатом медичної реформи в Україні, яка, зокрема, була спрямована на реструктуризацію охорони здоров'я на користь первинної медицини. Як наслідок, кількісні показники її функціонування у довоєнний час зростали. Проте експортний потенціал вузьких спеціалістів і стоматологічних фірм використовувався частково, тому тут ніша для діяльності консалтингових компаній є відкритою. У майбутньому вони можуть пропонувати клієнтам-замовникам стратегії покращення фінансово-економічної діяльності або практики управління в умовах ризиків і невизначеності глобального середовища.

Як відомо, консалтингова індустрія охоплює шість основних функціональних блоків – стратегічний, управлінський, операційний фінансовий, HR- та IT-консалтинг. Вони всі поширюються на послуги консультування в охороні здоров'я. Щодо специфічних видів консалтингу на ринку, що досліджується, то вони пов'язані з напрямами міжнародного медичного туризму – в'їзного та виїзного, які відповідають експорту й імпорту медичних послуг. Зокрема, імпорт медичних послуг спрямований на людей, які потребують лікування за кордоном. Це стосується і громадян України. Тому консалтинг на ринку міжнародних медичних послуг спрямований не тільки на юридичних, але й на фізичних осіб, у цьому полягає його специфіка. Єдиним для них є те, що консультації мають забезпечити не тільки оптимальне (з економічної та медичної точки зору) лікування як таке, але й прозоре та зрозуміле для людини прибуття до іноземних закладів охорони здоров'я, їх заселення, проживання та пересування. Необхідним є міжнародний маркетинговий консалтинг, можливість ознайомлення пацієнта з усіма послугами, які пропонують іноземні клініки, наявність перекладача та забезпечення комфортних умов для лікування та оздоровлення.

Особливості консалтингу в'їзного туризму зумовлені також специфічними ознаками ринку медичних послуг. Існування високих кваліфікаційних вимог до практикуючих лікарів і лікарень обмежує їх кількість, підвищує концентрацію медичного ринку, що дозволяє надавачам послуг диктувати певну цінову політику аж до монопольного тиску на споживачів і нових конкурентів.

Асиметрія інформації, яка характерна для цього ринку, теж впливає на збільшення цін на лікування. Незважаючи на те, що медичні послуги є диференційованими, що зазвичай породжує основу для монополістичної конкуренції на ринку, на практиці пацієнтам, особливо іноземним, а також консалтинговим компаніям, важко їх зіставити, вибір споживачів обмежується, і ринок стає все більше концентрованим. Крім того, між ціною та витратами пацієнтів відсутній прямий зв'язок, тому що значну їх частину сплачує третя сторона (родичі, страхові компанії або держава). Консалтингові рекомендації фізичним та юридичним особам мають враховувати ці особливості.

Що стосується економічного консалтингу виїзного медичного туризму, то найбільш укрупненим є поділ на консалтинг у лікувально-діагностичному, рекреаційному (оздоровчому) та стоматологічному сегментах. За даними президента Української асоціації міжнародного туризму В. Янишевської, до експортоорієнтованих лікувально-діагностичних послуг в Україні належать клітинна терапія, кардіохірургія, певні напрями онкології, репродуктивна медицина, реабілітація від алкоголізму та наркоманії, лікування ДЦП, сурогатне материнство [14]. Звичайно, що класичним завданням економічного консалтингу в цьому сегменті у повоєнні часи є збільшення кількості та якості лікування іноземних пацієнтів на основі міжнародних протоколів в умовах обмежених фінансових ресурсів клінік України. Критерієм готовності клініки до експорту медичних послуг може бути її акредитація в системі JCI (Joint Commission International), що передбачає впровадження стандартів безпеки та якості лікування. На неї орієнтуються оператори міжнародного медичного туризму. Є тільки одне «але». Частина експортоорієнтованих медичних послуг в Україні – це ті, які в багатьох країнах заборонені. Скоріше за усе, вони у перспективі не матимуть широкого використання на нашому ринку також або будуть жорстко обмежені законодавчим чином. Консалтингові рекомендації мають це враховувати.

Інший напрям – консалтинг експорту рекреаційних послуг в Україні – виглядає значно перспективніше для післявоєнної ситуації. Він пов'язаний із природними ресурсами, багато з яких знаходяться у центральній та західній Україні, та історичним досвідом санаторно-курортного лікування. На нього зростатиме попит, перш за все тому, що клієнти-замовники реагують на зростання доходів громадян у розвинених країнах і платоспроможних потреб на оздоровлення, на скорочення робочого тижня. Ця тенденція зумовлена ефектом Гіффена, коли збільшення доходів людей впливає на зростання попиту на високоякісні товари, а їх зменшення – на низькоякісні товари. Подібний напрям відкриває можливості для консалтингового та рекреаційного ринків України. Географічний стан нашої держави зумовлений різноманітними природними та кліматичними ресурсами: неповторний ландшафт, вихід до двох

морів, численні джерела мінеральних вод, лікувальних грязей, наявність на території гірських курортів. Сподіваємося, що він збережеться після війни. Окремий приклад – є великий інтерес іноземних пацієнтів до методик відновлювальної медицини у міжнародній клініці «Реабілітаційний центр "Еліта"» у м. Трускавець [15, с. 6].

Завдяки реструктуризації світового ринку медичних послуг на користь стоматологічного сегмента в Україні також розвивається відповідний вид економічного консалтингу. Стоматологія в багатьох країнах є переважно комерційною діяльністю, на неї зазвичай не поширюється страхування (особливо соціальне), тому саме співвідношення «ціна – якість», а не місце лікування, відіграє вирішальне значення. В Україну, до речі, їдуть лікувати зуби емігранти. І це не випадково. Кваліфікація лікарів і технології вітчизняного стоматологічного лікування вже давно не поступаються рівню підготовки європейських ескулапів і технічному оснащенню їхніх клінік. А ціни в декілька разів нижче, тобто більш прийнятні для споживача, і виступають конкурентною перевагою стоматологів з України.

Останні роки специфічною особливістю та новітньою тенденцією розвитку світового ринку медичних послуг є вакцинний туризм, який передбачає відвідування іншої країни й отримання вакцин «Pfizer», «Moderna», «Astra Zeneka», «Coronovac», які поки що недоступні в багатьох країнах світу. Сьогодні головними країнами, що здійснюють вакцинацію іноземців, є США (за винятком певних штатів), країни ЄС, Мальдіви, Маврикій, Куба. В Ізраїлі туристам можуть запропонувати спеціальні туристичні пакети, які включатимуть і вартість вакцини [16]. Наскільки легальним є такий туризм, щоб почати консалтингову діяльність у цьому напрямі? Поки що неможливо ствердно відповісти на це питання, тому що немає офіційних домовленостей з іноземними урядами. Але на практиці вакцинний туризм є. Перед консалтинговими компаніями, які можуть пропонувати рекомендації надавачам послуг вакцинації, постають етичні питання, наприклад щодо формалізації такої діяльності, надання міжнародного сертифіката, запобігання черг, медичної допомоги у випадку ускладнення. Треба також враховувати, що окремі країни зараз активно запобігають вакцинному туризму. У Великій Британії, наприклад, можна отримати вакцину лише тоді, коли її запропонує лікар, потрібно підтвердити свої особисті дані, включаючи адресу, на прийомі для щеплення. Така вакцинація є безкоштовною для всіх через Національну службу охорони здоров'я країни, але виключається можливість особистої оплати [17]. З іншого боку, вакцинний туризм зараз є супроводом потоків тимчасово переміщених осіб з України внаслідок агресії з боку Росії.

Чи будуть зацікавлені закордонні консалтингові компанії в консультуванні гравців з України? На нашу думку, імовірність позитивної відповіді велика.

Для них зростають можливості завдяки зростанню ємності і демонополізації ринку, диверсифікації бізнесу, розповсюдження європейських правил на український простір (важливо для інвестування), отримання додаткових прибутків. Головні питання, які зацікавлять консалтингові організації на ринку України у повоєнні часи, можуть бути такими: які медичні послуги користуватимуся найбільшим попитом серед іноземців, чи мають лікарі України відповідні знання, кваліфікацію, досвід і навички для задоволення цього попиту; які групи медичних туристів найбільше зацікавляться пропозицією українських лікарів і санаторно-курортних закладів, як покращити якість послуг; як створювати закордонні підрозділи клінік з України; у яких країнах медичний туризм є найбільш привабливим для громадян України? Важливими принципами консультування є конфіденційність і анонімність для хворої людини та відсутність дискримінації залежно від доходів громадян та інших ознак. Для виконання таких принципів важливе залучення уряду та його допомога і консалтинговим компаніям, і медичним закладам.

Висновки. Сучасний ринок медичних послуг дедалі частіше стає об'єктом міжнародного консалтингу, який передбачає експертні поради іноземним суб'єктам-замовникам (урядам, медичним закладам, фірмам, приватним лікарям) із широкого кола питань у сфері фінансової, комерційної, юридичної, технологічної діяльності, які прислуговують експорту-імпорту медичних послуг. Необхідність експортного консалтингу в Україні зумовлена наступним: на макрорівні – потребами припинення падіння ВВП через війну, вирівнювання торговельного балансу країни за рахунок послуг, збільшення надходжень до державного бюджету; на мікрорівні – виходом медичних організацій на зовнішні ринки, впровадженням нових технологій менеджменту і маркетингу. Необхідність консалтингу імпорту медичних послуг в Україні полягає в поширенні медико-економічної інформації для українських споживачів щодо лікування за кордоном та забезпечення зустрічі з провідними клініками світу. Найперспективнішим напрямком є консалтинг організації телемедицини. Особливості міжнародного консалтингу на ринку медичних послуг полягають у врахуванні медичної та соціальної складових діяльності організацій на додаток до економічної. Міжнародний економічний консалтинг на ринку медичних послуг має на увазі не тільки суб'єктів їх надання, але й гравців туристичної та рекреаційної інфраструктури. Розвиток консалтингу рекреаційного туризму полягає у допомозі в ефективній економічній діяльності оздоровчо-лікувальних закладів України. Важливим є співробітництво провідних консалтингових компаній з експертами ISO (International Organization for Standardization) та JCI (Joint Commission International) з метою підготовки закладів охорони здоров'я України до міжнародної акредитації та сертифікації їхньої діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Басюк І. Розвиток медичного туризму в світі. *Економіка України в умовах глобалізації і регіоналізації* : зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф. студентів та молодих вчених (м. Тернопіль, 3–4 квіт. 2014 р.). Тернопіль : ТНЕУ, 2014. С. 238–240.
2. Гапонова Е. О. Світова торгівля медичними послугами в умовах конкурентного середовища та глобальних трансформацій. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм».* 2018. Вип. 7. С. 21–25.
3. Поворозник М. Ю. Міжнародний медичний туризм у формуванні глобального сегменту медичних послуг. *Вісник соціально-економічних досліджень.* 2017. № 2–3 (63-64). С. 16–24.
4. Hong Y. A. Medical tourism and telemedicine: A new frontier of an old business. *Journal of Medical Internet Research*. 2016. Vol. 18, No. 5. DOI: https://doi.org/10.2196/jmir.5432.
5. Чернуха Т. С., Бунчикова Т. С. Стратегії та форми виходу консалтингової компанії на міжнародний ринок. *Бізнес Інформ*. 2021. № 5. С. 48–56. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-5-48-56.
6. 2020–2021 MTI Overall Ranking. URL: https://www.medicaltourism.com/mti/home (дата звернення: 30.06.2021).
7. Global Medical Tourism Market Trends, Strategies, And Opportunities In The Medical Tourism Market 2021–2030. URL: https://www.einnews.com/pr_news/551333727/global-medical-tourism-market-trends-strategies-and-opportunities-in-the-medical-tourism-market-2021–2030 (дата звернення 30.06.2022).
8. OECD Health Data. Health expenditure indicators. 2021. URL: https://data.oecd.org/healthres/health-spending.htm (дата звернення: 24.05.2022).
9. Stephano R.-M. Top 10 Medical Tourism Destinations in the World. *Medical Tourism Magazine.* URL: https://www.magazine.medicaltourism.com/article/top-10-medical-tourism-destinations-world (дата звернення: 30.06.2022).
10. Tolbert J., Orgera K., Damico A. Key Facts about the Uninsured Population. *Kaiser Family Foundation*. 2020. 06 November. URL: https://www.kff.org/uninsured/issue-brief/key-facts-about-the-uninsured-population/ (дата звернення: 30.06.2022).
11. The World Migration Report 2020 / International Organization for Migration. 2019. URL: https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2020.pdf (дата звернення 12.06.2022).
12. Size of the global consulting market from 2011 to 2020 / Statista Research Department. *Statista.* 2022. July 27. URL: https://www.statista.com/statistics/466460/global-management-consulting-market-size-by-sector/ (дата звернення: 15.06.2022).
13. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності (2010–2020), тис. грн : експрес-випуск. *Державна служба статистики України* : офіц. вебсайт. 2021. 20 жовт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 30.06.2022).
14. Стасенко Т. Віолетта Янишевська: Медичний туризм відкриває для України нові можливості. *Ваше здоров'я* : вебсайт. 15.01.2020. URL: https://www.vz.kiev.ua/violetta-yanishevska-medychnyj-turyzm-vidkryvaye-dlya-ukrayiny-novi-mozhlyvosti/ (дата звернення: 25.05.2022).

15. Михайліченко Г. І. Розвиток туристичного продукту лікувально-оздоровчого та медичного туризму України. *Ефективна економіка*. 2020. № 2. С. 1–13. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.2.2.
16. Вакцинний туризм: де у світі готові прищеплювати туристів від COVID-19. *Слово і діло* : аналіт. портал. 2021. 14 трав. URL: https://www.slovoidilo.ua/2021/05/14/stattja/suspilstvo/vakcynnyj-turyzm-sviti-hotovi-pryshheplyuvaty-turystiv-covid-19 (дата звернення 27.05.2022).
17. Gillespie C. Vaccine Tourism: What You Need to Know. *Health.* 2021. January 28. URL: https://www.health.com/condition/infectious-diseases/coronavirus/what-is-vaccine-tourism (дата звернення: 12.05.2022).

REFERENCES

1. Basiuk, I. (2014, April 3–4). Rozvytok medychnoho turyzmu v sviti [Development of medical tourism in the world]. *Ekonomika Ukrainy v umovakh hlobalizatsii i rehionalizatsii* [Mizhnar. nauk.-prakt. konf. studentiv ta molodykh vchenykh] – *Economy of Ukraine in conditions of globalization and regionalization* [International science and practice conference of students and young scientists]. TNEU [in Ukrainian].
2. Haponova, E. O. (2018). Svitova torhivlia medychnymy posluhamy v umovakh konkurentnoho seredovyshcha ta hlobalnykh transformatsii [World trade in health services in a competitive environment and global transformations]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriia: Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm – Herald of Kharkiv National University named after V. N. Karazin. Series "International relations. Economy. Local studies. Tourism"*, *7*, 21–25 [in Ukrainian].
3. Povoroznyk, M. Yu. (2017). Mizhnarodnyi medychnyi turyzm u formuvanni hlobalnoho sehmentu medychnykh posluh [International medical tourism in the formation of the global segment of medical services]. *Vìsnik sotsìal'no-ekonomìčhnih doslìdžhen' – Socio-economic research bulletin*, *2–3*, 16–24 [in Ukrainian].
4. Hong, Y. A. (2016). Medical tourism and telemedicine: A new frontier of an old business. *Journal of Medical Internet Research*, *18*(5). https://doi.org/10.2196/jmir.5432
5. Chernukha, T. S., & Bunchykova, T. S. (2021). Stratehii ta formy vykhodu konsaltynhovoi kompanii na mizhnarodnyi rynok [The strategies and forms of entrance to the international market for a consulting company]. *Business Inform*, *5*, 48–56. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-5-48-56 [in Ukrainian].
6. *2020–2021 MTI Overall Ranking*. (n.d.). https://www.medicaltourism.com/mti/home
7. *Global Medical Tourism Market Trends, Strategies, And Opportunities In The Medical Tourism Market 2021–2030.* (n.d.). https://www.einnews.com/pr_news/551333727/global-medical-tourism-market-trends-strategies-and-opportunities-in-the-medical-tourism-market-2021–2030
8. OECD. (2021). *OECD Health Data. Health expenditure indicators*. https://data.oecd.org/healthres/health-spending.htm
9. Stephano, R.-M. (n.d.). Top 10 Medical Tourism Destinations in the World. *Medical Tourism Magazine.* https://www.magazine.medicaltourism.com/article/top-10-medical-tourism-destinations-world

10. Tolbert, J., Orgera, K., & Damico, A. (2020, November 06). Key Facts about the Uninsured Population. *Kaiser Family Foundation.* https://www.kff.org/uninsured/issue-brief/key-facts-about-the-uninsured-population
11. International Organization for Migration. (2019). *World Migration Report 2020.* https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2020.pdf
12. Statista Research Department. (2022, July 27). *Size of the global consulting market from 2011 to 2020.* Statista. https://www.statista.com/statistics/466460/global-management-consulting-market-size-by-sector
13. State Statistics Service of Ukraine. (2021, October 20). *Obsiah realizovanoi produktsii (tovariv, posluh) subiektiv hospodariuvannia za vydamy ekonomichnoi diialnosti (2010–2020), tys. hrn [Volume of sold products (goods, services) of economic entities by types of economic activity (2010–2020), thousand UAH].* http://www.ukrstat.gov.ua [in Ukrainian].
14. Stasenko, T. (2020, January 15). *Violetta Yanyshevska: Medychnyi turyzm vidkryvaie dlia Ukrainy novi mozhlyvosti [Violetta Yanyshevska: Medical tourism opens up new opportunities for Ukraine].* Vashe zdorovia – Your health. https://www.vz.kiev.ua/violetta-yanishevska-medychnyj-turyzm-vidkryvaye-dlya-ukrayiny-novi-mozhlyvosti [in Ukrainian].
15. Mykhailichenko, H. (2020). Rozvytok turystychnoho produktu likuvalno-ozdorovchoho ta medychnoho turyzmu Ukrainy [Development of the tourist product of healthcare and medical tourism of Ukraine]. *Efektyvna ekonomika – Efficient economy*, *2*, 1–13. https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.2.2 [in Ukrainian].
16. *Vaktsynnyi turyzm: de u sviti hotovi pryshchepliuvaty turystiv vid COVID-19 [Vaccine tourism: where in the world are ready to vaccinate tourists against COVID-19].* (2021, May 14). Slovo i dilo – Word and deed. https://www.slovoidilo.ua/2021/05/14/stattja/suspilstvo/vakcynnyj-turyzm-sviti-hotovi-pryshheplyuvaty-turystiv-covid-19 [in Ukrainian].
17. Gillespie, C. (2021, January 28). *Vaccine Tourism: What You Need to Know.* Health. https://www.health.com/condition/infectious-diseases/coronavirus/what-is-vaccine-tourism

Стаття надійшла до редакції 29.07.2022
Стаття пройшла рецензування 23.08.2022
Стаття рекомендована до опублікування 29.08.2022

T. M. KAMINSKA
Doctor of Science (Economics), Professor, Professor of Economic Theory Department, Yaroslav Mudryi National Law University, Ukraine, Kharkiv

MARKET OF INTERNATIONAL MEDICAL SERVICES AS AN OBJECT OF CONSULTING

Problem setting. The experience of world economy shows a gradual increase in demand for international consulting from medical organizations and governments seeking

to export medical services. This process is also influenced by the improvement of global tourism infrastructure and the increase in the quality of life in developed countries. The participation of post-war Ukraine in the international medical industry is a promising direction therefore the need to study the world experience in this field is growing.

Recent research and publication analysis. Modern domestic and foreign scientists study and analyze the development of health and consulting world markets separately. There is a lack of publications that substantiate them in interdependent development, and their role of export/import consulting for medical providers. However, treatment of foreigners in a certain country is the first stage of the internationalization of health market, significantly expands its borders and causes the spread of modern consulting practices.

Paper objective is an analysis of the essence, functions, and development factors of the market of international medical services as well as the role and types of economic consulting in increasing the export activity of medical organizations.

Paper main body. The market of international medical services can be considered as a component of international medical tourism market, which is rapidly gaining momentum and continuously globalizing. The actors of this market operate and live in different countries. Export/import of medical, rehabilitation, and recreational services are objects of this market. Market of international medical services simultaneously performs certain social and economic functions. It is characterized by positive externalities in the form of development of national tourist infrastructure and small regions of treatment that have appropriate natural resources and territorial communities.

A key factor in the growth of international medical services is their role in improving the quality of life, especially in post-industrial countries. Health care costs are increasing there, which makes it possible to use the latest medical technologies and increase the quality of treatment. It cannot be obtained by residents of many countries of the world, for them medical tourism becomes the only hope. That is why developed countries are considered the main centers of medical tourism development. At the same time, poorer countries have competitive price advantages, under adequate quality of treatment, and attract patients from rich countries, especially due to the lack of comprehensive health insurance.

In some EU countries, especially Scandinavian ones, governments limit prices for medical services, which leads to their shortage and queues. Then the speed of receiving treatment encourages patients to medical tourism. It is not surprising that markets for medical services in developing countries are growing very much. In addition to the medical aspect, they attract patients with their climate, as well as their rich cultural and historical heritage. Another factor in the development of international medical tourism is the dynamic growth of migration flows in the modern world. Immigrants increase the demand for the services of the national health care system, both formal and informal. Anyway, medical services are exported to non-resident consumers.

The intensifying competition between providers of international medical services gives rise to the dynamic development of international economic consulting, carried out by both

commercial and non-commercial organizations. They focus on decision-making by the heads of medical organizations that reach the global level and consider trends of international economy development. The market of international economic consulting services for health care is a segment of global consulting market in general, which shows growth in 2011–2021 more than twice. This market had also positive dynamics before the war in Ukraine, but for some reason the demand from general practice doctors grew at a faster rate. This can be partly explained by the result of the medical reform in Ukraine, aimed at health care restructuring in favor of primary medicine. However, the export potential of narrow medical specialists and dental providers was partially used, so there is an open niche for the activities of consulting companies.

In addition to the traditional functional blocks of consulting in the researched market, there are specific types, namely inbound and outbound medical tourism consulting. The first one has its own peculiarities, related to the qualification requirements for practicing doctors and hospitals. This limits their number, increases the concentration of medical market and the danger of high prices. Information asymmetry, which is characteristic feature of this market, also works in this direction. In addition, consulting is aimed not only at legal entities, but also at individuals. International marketing consulting, the opportunity to acquaint the patient with all the services offered by foreign clinics and the availability of a translator also come to the fore. In recent years, a specific feature of the world market of medical services is vaccine tourism. As for the economic consulting of outbound medical tourism, the most consolidated is the division into consulting in medical and diagnostic, recreational and dental segments. Export consulting of recreational services in Ukraine looks as the most promising for the post-war situation.

Conclusions of the research. International economic consulting in the market of medical services provides expert advices to customer entities (governments, medical institutions, companies, private doctors) on a wide range of issues in the field of financial, commercial, legal, technological activities that serve the export-import of medical services. The necessity of this consulting in Ukraine is due to the need to stop the fall in GDP because of the war, equalize the country's trade balance at the expense of services. It accesses of medical organizations to foreign markets, dissemination of medical and economic information for Ukrainian consumers regarding treatment abroad, ensuring meetings with the world's leading clinics and others. The most promising direction is the economic consulting of telemedicine. The peculiarities of consulting in the market of medical services consist in considering the medical and social components of the activities of organizations in addition to the economic ones, as well as considering the interests of the players of the tourist and recreational infrastructure.

Short abstract for an article

Abstract. The article is devoted to the analysis of the essence, functions of the market of international medical services, its main actors, reasons of development and growth

factors. Special emphasis is placed on export/import consulting. Its features and development trends are characterized. Author dwells upon the types of consulting on the health market of Ukraine as well as the prospects for its development in the post-war period.

Key words: consulting, market, medical services, medical tourism, infrastructure.

Article details:
Received: 29 July 2022
Revised: 23 August 2022
Accepted: 29 August 2022

Рекомендоване цитування: Камінська Т. М. Ринок міжнародних медичних послуг як об'єкт консалтингу. *Економічна теорія та право*. 2022. №3 (50). С. 25–42. DOI: https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-25.

Suggested citation: Kaminska, T. M. (2022). Rynok mizhnarodnykh medychnykh posluh yak obiekt konsaltynhu [Market of international medical services as an object of consulting]. *Ekonomichna teoriia ta pravo – Economic Theory and Law*, *3*(50), 25–42. https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-25 [in Ukrainian].

DOI: https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-43
УДК 339.138

К. Г. ГУБІН
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії
Національного юридичного університету
імені Ярослава Мудрого,
Україна, м. Харків
e-mail: Hubin@ukr.net
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-6914-0971

РОЗВИТОК МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ: ДОВГОСТРОКОВІ ОРІЄНТИРИ[1]

Як довгострокові орієнтири розвитку маркетингу в Україні розглядаються інклюзивний маркетинг, обхідний маркетинг, безпосередницький маркетинг, а також зростання частки маркетингу «розумних» покупок, оптимальних споживчих рішень із розширенням набору критеріїв оптимальності. Розвиток цих орієнтирів пов'язується із доцільністю впровадження західного досвіду маркетингової діяльності та темпами прийняття українцями західних цінностей.

Ключові слова: маркетинг, розвиток маркетингу в Україні, інклюзивний маркетинг, обхідний маркетинг, безпосередницький маркетинг.

JEL Classification: M31, P21.

Постановка проблеми. Хоча сьогодні перед маркетингом в Україні постала низка нагальних проблем, не можна забувати про довгострокові орієнтири розвитку, аби поступово готуватися до змін і своєчасно вдосконалювати маркетингову діяльність. Для розуміння перспектив розвитку маркетингу необхідно взяти до уваги тенденції у розвинених країнах і оцінити їх актуальність для України в майбутньому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика вітчизняного маркетингу широко представлена в українській науковій літературі. У статті

[1] Роботу виконано в межах цільової комплексної програми «Соціально-економічна модернізація України та формування інноваційної моделі розвитку» (номер державної реєстрації 0111u000961).
© Губін К. Г., 2022. Стаття публікується на умовах ліцензії Creative Commons – Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).
Статтю розміщено на сайті збірника: http://econtlaw.nlu.edu.ua.

О. Б. Звягінцевої (O. B. Zviahintseva) висвітлюється формування і розвиток теорії та практики маркетингу [1]. Класифікація видів маркетингу за різними ознаками представлена в роботах таких авторів: С. В. Мамалига (S. V. Mamalyha) і К. М. Чорнокозинська (K. M. Chornokozynska) [2], Т. Г. Бєлова (T. H. Belova) і О. Ф. Крайнюченко (O. F. Krainiuchenko) [3], С. М. Ілляшенко (S. M. Illiashenko) і М. П. Рудь (M. P. Rud) [4]. Різноманітні аспекти інтернет-маркетингу характеризують О. І. Гарафонова (O. I. Harafonova) [5], С. Г. Кафлевська (S. G. Kaflevs'ka) і А. І. Мандро (A. I. Mandro) [6], Л. В. Кислюк (L. V. Kysliuk) [7], В. І. Ординський (V. I. Ordynskyi) і Ю. А. Шевченко (Yu. A. Shevchenko) [8], О. П. Вашків (O. P. Vashkiv) і Ю. С. Гаврилєнко (Yu. S. Havrylenko) [9], Н. М. Васильців (N. M. Vasyltsiv) [10], а також Ю. В. Робул (Yu. V. Robul) [11].

Проблеми й перспективи екологічного маркетингу розкривають Н. С. Косар (N. S. Kosar), Т. М. Гап'як (T. M. Hapiak) і М. Р. Федунь (M. R. Fedun) [12], О. О. Школьний (O. O. Shkolnyi) [13], М. О. Багорка (M. O. Bahorka) [14; 15]. Інноваційному маркетингу присвячено статті таких науковців: О. О. Петращак (O. O. Petrashchak), В. В. Хортюк (V. V. Khortyuk) та Г. Ф. Тодераш (H. F. Toderash) [16], В. В. Антощенкова (V. V. Antoshchenkova) й О. А. Богданович (O. A. Bogdanovich) [17], В. А. Москаленко (V. A. Moskalenko) [18]. Проблематику освітнього маркетингу висвітлюють О. І. Вікарчук (O. I. Vikarchuk), О. О. Калініченко (O. O. Kalinichenko) та І. О. Пойта (I. O. Poita) [19], Л. С. Шевченко (L. S. Shevchenko) [20]. Також Л. С. Шевченко розкриває розвиток юридичного маркетингу [21].

Т. В. Гуштан (T. V. Hushtan) характеризує бренд-маркетинг [22]. М. О. Водяник (M. O. Vodianyk) висвітлює прямий маркетинг [23]. С. О. Кобернюк (S. O. Kobernyuk) розкриває розвиток аграрного маркетингу [24]. О. І. Шкірко (O. I. Shkirko) приділяє увагу партизанському маркетингу [25]. В. В. Россоха (V. V. Rossokha) характеризує розвиток промислового маркетингу [26]. Регіональному маркетингу присвячено статтю О. Ю. Бочко (O. Yu. Bochko) й М. С. Молнар (M. S. Molnar) [27]. Т. М. Микитин (T. M. Mykytyn) висвітлює маркетинг заповідних територій [28]. Н. О. Ткаченко (N. O. Tkachenko) та Н. М. Червоненко (N. M. Chervonenko) звертають увагу на соціально-етичний і соціальний маркетинг [29]. О. Г. Вдовічена (O. H. Vdovichena) характеризує соціальну орієнтацію маркетингової діяльності підприємства [30].

Водночас питання довгострокових орієнтирів розвитку вітчизняного маркетингу потребує подальшої розробки з урахуванням тенденцій у світі та в Україні.

Формулювання цілей. Мета статті – визначити довгострокові орієнтири розвитку маркетингу в Україні на основі досвіду розвинених країн і з урахуванням вітчизняної специфіки.

Виклад основного матеріалу. Розвиток культури та свідомості людей у західних країнах сприяв поширенню вимог соціальної інклюзії. Це загалом позитивне явище. Проте будь-які подібні суспільні процеси спочатку розвиваються досить хаотично. З'являється багато різних поглядів, концепцій щодо змісту соціальної інклюзії. Виникає чимало проблем і протиріч. Що саме має охоплювати інклюзія, які мають бути сформовані «правила гри» та які конкретні заходи слід запроваджувати? Де полягають розумні межі інклюзивності та як забезпечити дотримання прав і свобод інших членів суспільства? Наскільки потужною може бути позитивна дискримінація? Як обмежити зворотну дискримінацію?

Ці та подібні питання розв'язують у західних країнах, а в Україні актуальні інші проблеми. Проте вже сьогодні корисно вивчати досвід розвинених держав, адже з часом нам доведеться проходити цей шлях, і в наших інтересах уникнути найбільш гострих моментів і залучити позитивний досвід.

Оскільки маркетинг не може не реагувати на запити суспільства, цілком закономірно, що актуалізація проблеми соціальної інклюзії суттєво вплинула на практику маркетингу в країнах Заходу. Теоретико-методологічні засади інклюзивного маркетингу не були створені завчасно, тому, як воно зазвичай і відбувається, практична діяльність у цьому напрямі в розвинених країнах перетворилася на «learning by doing». Зрозуміло, що за таких умов ніхто не застрахований від помилок.

Слід зазначити, що використання в рекламі привабливих напівоголених жінок, натяки із сексуальним підтекстом тощо досить давно критикуються за об'єктивацію жінок і приниження їхньої гідності, проте в останні роки ця критика посилилася і перетворилася на потужну загрозу для такого маркетингу. На додаток до цього маркетингові заходи, які спиралися на традиційні гендерні ролі, стикнулися з критикою через поширення гендерних стереотипів, обмеження можливостей гендерів традиційними сферами відповідальності тощо. Дехто потрапив під шквал суспільного невдоволення через невдале використання образів представників різних рас чи релігій. Суттєву критику викликають навіть найменші натяки на домінування чи переваги певного гендеру, раси чи релігії. Або ж ознаки неповажного чи зверхнього ставлення до певних груп людей.

Навіть якщо маркетологам вдалося оминути зазначені вище гострі кути, вони не застраховані від докорів щодо того, що в рекламі немає представників різних рас чи гендерів. Або ж з приводу того, що маркетингова кампанія не відбиває достатньою мірою культурні особливості та різноманіття культур. Звинувачення щодо недостатнього представлення певних груп населення взагалі важно попередити, адже таких груп за різними критеріями існує дуже

багато. Наприклад, якщо рекламний ролик знятий за участю акторів, які є цисгендерними жінками та чоловіками, чи не викличе це невдоволення трансгендерних людей? І навіть якщо сьогодні цього не відбувається, немає гарантій, що так не станеться завтра чи післязавтра.

Загалом потенційно проблемних моментів настільки багато, що просто неможливо всі перелічити. І хоча далеко не завжди у тих, хто не зміг дотриматися всіх головних вимог інклюзивності, виникають проблеми з просуванням продукції, існування потенційної небезпеки створює напруження в середовищі маркетологів. До того ж навіть якщо спочатку певна маркетингова кампанія не наразилася на критику, це може відбутися пізніше. Адже вимоги щодо соціальної інклюзії досить швидко розвиваються та поширюються на нові групи людей і на додаткові типи процесів та явищ.

Окрім питань із просуванням продукції, подібні питання виникають і з її виробництвом. Поширюються неформальні вимоги щодо залучення до процесу виробництва представників різних груп населення, а також щодо вирівнювання оплати й умов праці. Ті організації, що не демонструють готовності хоча б поступово забезпечити соціальну інклюзію та рівність, ризикують підірвати свою ділову репутацію та погіршити зв'язки з громадськістю.

З іншого боку, іноді надмірне прагнення дотримуватися вимог соціальної інклюзії може призводити до зниження ефективності виробництва або якості продукції (якщо замість професіоналів доводиться формувати частину персоналу з представників певних груп населення) чи до підвищення витрат на оплату праці (якщо доводиться підтягувати зарплатню певних груп населення з невисокою кваліфікацією до рівня професіоналів). Безумовно, далеко не завжди відбувається зниження ефективності чи якості; до того ж можливий і позитивний вплив на результати праці завдяки залученню представників різних груп населення.

Третій напрям, який викликає багато запитань, – розробка продукції, яка б відповідала вимогам інклюзивності. Добре, якщо можна просто створити різні варіації товарів чи послуг для різних груп людей. У цьому разі важливо переконатися, що продукція не суперечить головним принципам інклюзивності та не викликає масового обурення у тих груп населення, для яких вона не призначена. При цьому повністю запобігти виникненню критики досить важко. Адже люди дуже різні, на всіх не догодиш.

А що ж робити, коли продукт одночасно споживається різними групами населення, що висувають різні вимоги? Наприклад, художній фільм чи серіал, орієнтований на широку аудиторію глядачів? Спроба одночасно задовольнити вимоги різних груп споживачів може негативно позначитися на корисності продукту для представників кожної з цих груп. А спроба зосере-

дитися на потребах лише деяких груп може викликати негативну реакцію інших.

Отже, маркетологи змушені підстраховуватися з усіх боків. І на етапі розроблення продукції, і на етапі її виробництва, і на етапі збуту доводиться якнайбільше враховувати вимоги соціальної інклюзії. Причому першою реакцією стало врахування вимог груп населення з «гучним голосом», тобто тих, хто найбільш активно висловлював своє занепокоєння. При цьому великі групи населення, які не відчували утисків, не бачили потреби висувати й активно відстоювати власні вимоги.

Коли вимоги й потреби одних груп людей стали активно враховуватися на етапах розробки, виробництва та збуту продукції, виникла загроза відкритого чи прихованого спротиву інших груп споживачів. Невдоволення «надмірною інклюзивністю» може виявлятися в різноманітних формах у процесі розроблення, виробництва чи збуту товарів і послуг. Зокрема, при розробленні продукції представники певних груп населення можуть вимагати послаблення уваги до вимог інклюзії. У процесі виробництва може погіршуватися соціально-психологічний клімат у колективі, збільшуватися кількість конфліктів і знижуватися мотивація частини працівників. А збут товарів і послуг може стати ареною боротьби різних поглядів на оптимальний рівень соціальної інклюзії.

Якщо окремим групам населення видаватиметься, що певна продукція надмірно пристосована до потреб інших груп, «надто інклюзивна», вони можуть не лише бойкотувати її, а й писати негативні відгуки, ставити низькі оцінки в Інтернеті та критикувати в соціальних медіа. Навіть більше, негативне ставлення до певних продуктів може поширитися на фірму-виробника, бренд чи торгову марку загалом. Або ж на посередницькі організації, які продають ці товари чи послуги. Наприклад, платний сервіс трансляцій на основі підписки, який дає користувачам змогу переглядати серіали та фільми, може втратити частину підписників, якщо вони вирішать, що програма трансляцій не цікава і перенасичена «інклюзивними» аудіовізуальними творами.

Хоча загалом потреба в соціальній інклюзії не підлягає сумніву, наявність низки негативних аспектів вимагає подальшої уваги до оптимізації цих процесів і боротьби з негативними проявами. Є підстави очікувати, що Західне суспільство поступово досягне консенсусу щодо оптимальних меж соціальної інклюзії та загальних «правил гри», сформує дієві механізми обмеження зворотної дискримінації та протидії іншим «витратам інклюзивності». Це надасть маркетологам зрозуміле і передбачуване середовище, у якому вони зможуть працювати, не побоюючись здатися «надто інклюзивними» або ж «недостатньо інклюзивними».

Зважаючи на сказане, те, що в Україні через війну й інші чинники питання соціальної інклюзії набагато менше хвилюють суспільство, навіть можна вважати перевагою. У тому сенсі, що, коли ми почнемо наздоганяти Захід у питаннях соціальної інклюзії, там уже буде створена розвинена система теоретико-методологічних засад цих процесів. Ми зможемо вивчити західні теорію та практику, аби адаптувати їх до вітчизняної специфіки. На цій основі стане можливим прискорити процеси соціальної інклюзії та уникнути хоча б частини помилок і ексцесів.

На сучасному етапі розвитку міжнародна торгівля здійснюється за великої кількості протекціоністських обмежень. Митно-тарифне і нетарифне регулювання застосовується більшою чи меншою мірою всіма країнами. При цьому простір міжнародної торгівлі досить фрагментований. Його формує складна система глобальних і регіональних правил та умов торгівлі, а також велика кількість двосторонніх і багатосторонніх угод щодо режимів торгівлі. На міжнародну торгівлю суттєво впливають міжнародний рух капіталу, міжнародна трудова міграція, міжнародне виробництво, міжнародне співробітництво у науково-технічній сфері, міжнародні валютні відносини тощо. Усі ці сфери діяльності також мають вкрай складні «правила гри». Так само є глобальні, регіональні, дво- та багатосторонні правила й умови. Усе це приводить до того, що великого значення набуває обхідний маркетинг – тип маркетингу, спрямований на обхід обмежень у міжнародній торгівлі. Способів обходу дуже багато, і вони залежать від конкретної ситуації.

Якщо, наприклад, існують високі мита чи маленькі квоти на готову продукцію, можна завозити комплектуючі та збирати готові товари всередині країни збуту. Коли ж це заборонено, то можна викупити місцевого виробника аналогічної продукції та під його торговою маркою збирати власну продукцію з імпортованих комплектуючих. У разі якщо існують вимоги щодо використання певного відсотка місцевих компонентів, можна купити чи побудувати у відповідній країні чи регіоні виробничі потужності та виробляти на них комплектуючі за власними схемами й технологіями. А для виходу на величезні ринки міжнародних економічних інтеграційних угруповань іноді доцільно шукати державу з найменшими вимогами й перепонами для проникнення та через неї завозити продукцію до інших країн – членів інтеграційного об'єднання. Для України обхідний маркетинг є досить перспективним напрямом. Він уже застосовується і в перспективі буде використовуватися ще більше. Проте треба пам'ятати, що умови міжнародної торгівлі змінюються, так само як і законодавство країн. Це означає, що певні схеми обхідного маркетингу можуть ускладнюватися чи закриватися. А вартість обходу може зростати.

Розвиток суспільства добробуту, суспільства споживання стимулював поширення маркетингу, орієнтованого на заможних людей. Це виявляється, наприклад, у тому, що виробники часто намагаються просувати на ринок передовсім найдорожчі версії своїх продуктів, а товари з більш оптимальним співвідношенням ціни та якості просуваються за залишковим принципом. Проте тенденції останніх років свідчать про поступовий підрив засад середнього класу в розвинених державах. Рекордні темпи інфляції чи уповільнення темпів економічного зростання – це лише кількісні прояви проблем. За ними – потреба у суттєвому реформуванні економічної системи, можливо, навіть перехід до шостого технологічного укладу. Радикальна перебудова економіки потребуватиме величезних ресурсів. Одним із джерел цих ресурсів може стати середній клас розвинених країн. Якщо відбудеться скорочення чисельності середнього класу в декілька разів, кількість бідних пропорційно збільшиться.

Це потребуватиме суттєвого реформування маркетингу. Наприклад, у розвинених державах радикально збільшиться роль маркетингу «розумних» покупок, оптимальних споживчих рішень. При цьому набір критеріїв оптимальності буде розширюватися. Зокрема, значна частина представників середнього класу переймається проблемами екології та екологічності продукції. Навіть у разі переходу до категорії бідних люди, скоріш за все збережуть систему цінностей, та висуватимуть вимогу екологічності навіть до дешевих товарів і послуг. Через величезний економічний спад 90-х років і низку економічних криз у XXI столітті в Україні справжній середній клас досить вузький, тож маркетинг «розумних» покупок, оптимальних споживчих рішень добре розвинений. Тому в нас уже є певні переваги перед розвиненими країнами у використанні цього типу маркетингу.

Одним із можливих варіантів реформування економічних систем розвинених держав є економія на посередниках між виробниками та споживачами продукції. Хоча це не забезпечить радикального зниження витрат, навіть невеликі переваги за умов жорсткої конкуренції та погіршення економічного становища можуть стати вирішальними. До відмови від посередників також підштовхує розвиток техніки та технологій. Зокрема, загальнодоступність швидкісного Інтернету, розвиток функціоналу й контенту сайтів виробників, удосконалення безпілотних літальних апаратів і автоматизація видачі продуктів тощо можуть привести до поширення такої схеми: споживач обирає та замовляє на сайті виробника товар, який відправляється до кінцевого складу, де розміщені безпілотники. Потім дрон доставляє продукт замовнику у визначене місце (можливо, додому), де той перевіряє його, приміряє тощо. Якщо товар не сподобався, він за допомогою безпілотника повертається на склад.

Можливі й інші варіанти та схеми відмови від торгових та інформаційних посередників. Якщо це так чи інакше відбудеться, вельми поширеться безпосередницький маркетинг – тип маркетингу, що передбачає просування продукції від виробника до споживача без залучення посередників. Оскільки домінування безпосередницького маркетингу потребує відповідних технічних, технологічних, організаційних та інших змін, вочевидь, що це спочатку відбудеться в найбільш розвинених країнах і лише потім – в Україні. Проте після завершення гострої фази війни в нашій державі можливо запроваджувати відповідні пілотні проєкти, аби напрацьовувати досвід. До того ж новизна й оригінальність доставляння замовлень за допомогою дронів здатні привернути увагу споживачів.

Висновки. Довгострокові орієнтири розвитку вітчизняного маркетингу визначаються доцільністю застосування західного досвіду маркетингової діяльності, яка не піддається сумніву. Проте виникає питання щодо оптимальних строків упровадження цього досвіду.

Обхідний маркетинг уже сьогодні використовується в Україні й буде застосовуватися ще активніше, бо у світі виникає все більше обмежень для міжнародних економічних відносин, у тому числі для міжнародної торгівлі. Маркетинг «розумних» покупок, оптимальних споживчих рішень теж досить поширений у нашій державі й має хороші перспективи розвитку.

Поширення інклюзивного маркетингу видається більш віддаленою перспективою. Воно тісно пов'язане з темпами прийняття українцями відповідних цінностей. Інклюзивний маркетинг необхідно розвивати в Україні, дотримуючись балансу інтересів різних груп населення. Не можна утискати частину людей через те, що інші більш активно просувають свої ідеї. Споживчий вибір може стати однією з форм прихованого протесту, якщо можливості відкритого вираження незгоди обмежені. Домінування безпосередницького маркетингу потребує радикальної перебудови економіки й інфраструктури, чого поки що не відбулося навіть у розвинених країнах, тож і в Україні він стане головним типом маркетингу не скоро.

Перспективним напрямом подальших досліджень вважаю шляхи та механізми обхідного маркетингу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Звягінцева О. Б. Становлення й розвиток теорії та практики маркетингу в Україні. *Економіка промисловості.* 2011. № 1. С. 21–27. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econpr_2011_1_6 (дата звернення: 30.07.2022).
2. Мамалига С. В., Чорнокозинська К. М. Сучасні напрямки розвитку маркетингу. *Економіка і управління.* 2012. № 3. С. 72–77. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econupr_2012_3_15 (дата звернення: 30.07.2022).

3. Бєлова Т. Г., Крайнюченко О. Ф. Потенціал сучасних видів маркетингу та його розвиток. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2016. №2. С. 78–82. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2016_2_21 (дата звернення: 30.07.2022).
4. Ілляшенко С. М., Рудь М. П. Новітні види маркетингу в умовах випереджаючого розвитку: еволюція, сутність, умови застосування. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 24, ч. 2. С. 37–42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_24%282%29__9 (дата звернення: 30.07.2022).
5. Гарафонова О. І. Сучасний розвиток інтернет-маркетингу. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки.* 2016. №2. С. 96–102. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknutd_2016_2_12 (дата звернення: 30.07.2022).
6. Кафлевська С. Г., Мандро А. І. Блогерство як один з найсучасніших видів інтернет-маркетингу. *Бізнес-навігатор.* 2018. Вип. 2-2. С. 140–144. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2018_2-2_33 (дата звернення: 30.07.2022).
7. Кислюк Л. В. Інтернет-маркетинг як перспективний напрям діяльності аграрних підприємств. *Причорноморські економічні студії.* 2018. Вип. 34. С. 64–68. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_34_14 (дата звернення: 30.07.2022).
8. Ординський В. І., Шевченко Ю. А. Інтернет-маркетинг як один із напрямів інвестування ТНК. *Інтелект XXI.* 2019. №6, ч. 2. С. 92–97. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2019_6%282%29__20 (дата звернення: 30.07.2022).
9. Вашків О. П., Гавриленко Ю. С. Інтернет-маркетинг – новий напрям маркетингової політики малих підприємств та фізичних осіб – підприємців. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент.* 2019. Вип. 37. С. 27–33. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2019_37_6 (дата звернення: 30.07.2022).
10. Васильців Н. М. Цифровий маркетинг як складник перспективного напряму розвитку індустрії 4.0. *Науковий погляд: економіка та управління.* 2019. №2. С. 35–40. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsue_2019_2_6 (дата звернення: 30.07.2022).
11. Робул Ю. В. Функціонування і розвиток цифрового маркетингу як маркетингової системи. *Бізнес-навігатор.* 2019. Вип. 6.1-1. С. 119–123. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2019_6 (дата звернення: 30.07.2022).
12. Косар Н. С., Гап'як Т. М., Федунь М. Р. Напрями реалізації концепції екологічного маркетингу в умовах соціалізації економіки. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика.* 2017. №863. С. 94–100. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL_2017_863_16 (дата звернення: 30.07.2022).
13. Школьний О. О. Розвиток «зеленого» маркетингу в роздрібній торгівлі продовольчими товарами. *Інноваційна економіка.* 2018. №5-6. С. 77–83. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2018_5-6_13 (дата звернення: 30.07.2022).
14. Багорка М. О. Інноваційні напрями розвитку стратегії екологічного маркетингу в аграрному виробництві. *Причорноморські економічні студії.* 2016. Вип. 11. С. 65–69. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_11_16 (дата звернення: 30.07.2022).
15. Багорка М. О. Маркетингова стратегія екологізації виробництва як основний напрям інноваційної діяльності аграрних підприємств. *Вісник Одеського*

національного університету. Серія: Економіка. 2017. Т. 22, вип. 5. С. 43–46. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2017_22_5_10 (дата звернення: 30.07.2022).
16. Петращак О. О., Хортюк В. В., Тодераш Г. Ф. Перспективи розвитку деяких видів інноваційного маркетингу. *Молодий вчений.* 2018. № 12. С. 306–309. DOI: https://doi.org/10.32839/2304-5809/2018-12-64-73.
17. Антощенкова В. В., Богданович О. А. Інноваційний маркетинг, як особливий вид інноваційної діяльності. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка.* 2017. Вип. 185. С. 50–55. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtusg_2017_185_8 (дата звернення: 30.07.2022).
18. Москаленко В. А. Удосконалення основних напрямів маркетингової політики просування інноваційних розробок. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління.* 2018. Т. 29 (68), № 5. С. 72–76. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/UZTNU_econ_2018_29%2868%29_5_19 (дата звернення: 30.07.2022).
19. Вікарчук О. І., Калініченко О. О., Пойта І. О. Розвиток освітнього маркетингу в сучасному українському суспільстві. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки.* 2016. № 3. С. 46–52. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu_econ_2016_3_9 (дата звернення: 30.07.2022).
20. Шевченко Л. С. Сучасний університет: маркетингова філософія діяльності. *Економічна теорія та право.* 2015. № 1 (20). С. 9–21. URL: http://econtlaw.nlu.edu.ua/2014/11/27/сучасний-університет-маркетингова-ф/ (дата звернення: 30.07.2022).
21. Шевченко Л. С. Юридичний маркетинг: від теорії до практики. *Економічна теорія та право.* 2016. № 2 (25). С. 67–79. URL: http://econtlaw.nlu.edu.ua/2016/04/18/юридичний-маркетинг-від-теорії-до-пра/ (дата звернення: 30.07.2022).
22. Гуштан Т. В. Бренд-маркетинг – інноваційний напрям підвищення конкурентоспроможності продукції. *Причорноморські економічні студії.* 2016. Вип. 9-1. С. 65–69. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_9%281%29__15 (дата звернення: 30.07.2022).
23. Водяник М. О. Становлення та розвиток прямого маркетингу в сучасних умовах ринкової економіки. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* 2015. № 6. С. 103–107. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_6_28 (дата звернення: 30.07.2022).
24. Кобернюк С. О. Розвиток аграрного маркетингу в Україні. *Економіка та держава.* 2019. № 5. С. 45–48. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.5.45.
25. Шкірко О. І. Партизанський маркетинг: сутність, види та інструменти використання. *Економічний простір.* 2018. № 134. С. 215–224. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2018_134_20 (дата звернення: 30.07.2022).
26. Россоха В. В. Розвиток промислового маркетингу в контексті сучасних ринкових трансформацій. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки.* 2015. Т. 172. С. 74–80. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMAe_2015_172_17 (дата звернення: 30.07.2022).
27. Бочко О. Ю., Молнар М. С. Розвиток регіонального маркетингу: особливості та перспективи. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія:*

Економіка. 2015. Вип. 2, ч. 1. С. 136–140. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2015_2%281%29__25 (дата звернення: 30.07.2022).
28. Микитин Т. М. Маркетинг заповідних територій як стратегічний напрям розвитку природно-заповідного фонду. *Науковий вісник Чернівецького університету. Економіка.* 2012. Вип. 623–626. С. 38–41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvchu_ec_2012_623-626_9 (дата звернення: 30.07.2022).
29. Ткаченко Н. О., Червоненко Н. М. Соціально-етичний та соціальний маркетинг: сутність, розвиток, доцільність застосування у фармації. *Фармацевтичний часопис.* 2013. №1. С. 159–163. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Phch_2013_1_34 (дата звернення: 30.07.2022).
30. Вдовічена О. Г. Соціальна орієнтація маркетингової діяльності підприємства як перспективний напрямок розвитку в умовах нестабільного ринку. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки.* 2016. Вип. 3-4. С. 195–204. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2016_3-4_22 (дата звернення: 30.07.2022).

REFERENCES

1. Zviahintseva, O. B. (2011). Stanovlennia y rozvytok teorii ta praktyky marketynhu v Ukraini [Formation and development of marketing theory and practice in Ukraine]. *Ekonomika promyslovosti – Economy of industry*, *1*, 21–27. http://nbuv.gov.ua/UJRN/econpr_2011_1_6 [in Ukrainian].
2. Mamalyha, S. V., & Chornokozynska, K. M. (2012). Suchasni napriamky rozvytku marketynhu [Modern marketing trends]. *Ekonomika i upravlinnia – Economics and management*, *3*, 72–77. http://nbuv.gov.ua/UJRN/econupr_2012_3_15 [in Ukrainian].
3. Belova, T., & Krainiuchenko, O. (2016). Potentsial suchasnykh vydiv marketynhu ta yoho rozvytok [The potential of modern forms of marketing and its development]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini – Market relations development in Ukraine*, *2*, 78–82. http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2016_2_21 [in Ukrainian].
4. Illiashenko, S. M., & Rud, M. P. (2019). Novitni vydy marketynhu v umovakh vyperedzhaiuchoho rozvytku: evoliutsiia, sutnist, umovy zastosuvannia [The newest types of marketing in the conditions of future development: evolution, essence, application conditions]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriia: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo – Uzhorod National University Herald. International Economic Relations and World Economy*, *24*(2), 37–42. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_24%282%29__9 [in Ukrainian].
5. Harafonova, O. I. (2016). Suchasnyi rozvytok internet-marketynhu [Contemporary development of internet marketing]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii ta dyzainu. Seriia: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kyiv National University of Technologies and Design. Series: Economic Sciences*, *2*, 96–102. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknutd_2016_2_12 [in Ukrainian].
6. Kaflevs'ka, S. G., & Mandro, A. I. (2018). Bloherstvo yak odyn z naisuchasnishykh vydiv internet-marketynhu [Blogging as one of the most advanced types of Internet marketing]. *Biznes-navihator – Business navigator*, *2-2*, 140–144. http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2018_2-2_33 [in Ukrainian].

7. Kysliuk, L. V. (2018). Internet-marketynh yak perspektyvnyi napriam diialnosti ahrarnykh pidpryiemstv [Internet marketing as a prospective direction in agrarian business activities]. *Prychornomorski ekonomichni studii – Black sea economic studies*, *34*, 64–68. http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_34_14 [in Ukrainian].
8. Ordynskyi, V. I., & Shevchenko, Yu. A. (2019). Internet-marketynh yak odyn iz napriamiv investuvannia TNK [Internet marketing as one of TNC's investment directions]. *Intelekt XXI – Intellect XXI*, *6*(2), 92–97. http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2019_6%282%29__20 [in Ukrainian].
9. Vashkiv, O. P., & Havrylenko, Yu. S. (2019). Internet-marketynh – novyi napriam marketynhovoi polityky malykh pidpryiemstv ta fizychnykh osib – pidpryiemtsiv [Internet marketing – a new direction of marketing policy for small businesses and individual entrepreneurs]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriia: Ekonomika i menedzhment – International Humanitarian University Herald. Economics and Management*, *37*, 27–33. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2019_37_6 [in Ukrainian].
10. Vasyltsiv, N. M. (2019). Tsyfrovyi marketynh yak skladnyk perspektyvnoho napriamu rozvytku industrii 4.0 [Digital marketing as a constituent of the promising direction of industry 4.0 development]. *Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia – Scientific View: Economics and Management*, *2*, 35–40. http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsue_2019_2_6 [in Ukrainian].
11. Robul, Yu. V. (2019). Funktsionuvannia i rozvytok tsyfrovoho marketynhu yak marketynhovoi systemy [Functioning and development of digital marketing as marketing systems]. *Biznes-navihator – Business navigator*, *6.1-1*, 119–123. http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2019_6 [in Ukrainian].
12. Kosar, N. S., Hapiak, T. M., & Fedun, M. R. (2017). Napriamy realizatsii kontseptsii ekolohichnoho marketynhu v umovakh sotsializatsii ekonomiky [Directions implementing the concept of ecological marketing in conditions of socialization of the economy]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika". Lohistyka – Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic". Logistics*, *863*, 94–100. http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL_2017_863_16 [in Ukrainian].
13. Shkolnyi, O. O. (2018). Rozvytok "zelenoho" marketynhu v rozdribnii torhivli prodovolchymy tovaramy [The development of "green" marketing in the food retailing industry]. *Innovatsiina ekonomika – Innovative economy*, *5-6*, 77–83. http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2018_5-6_13 [in Ukrainian].
14. Bahorka, M. O. (2016). Innovatsiini napriamy rozvytku stratehii ekolohichnoho marketynhu v ahrarnomu vyrobnytstvi [Areas of innovative marketing strategies environmental in agricultural production]. *Prychornomorski ekonomichni studii – Black sea economic studies*, *11*, 65–69. http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_11_16 [in Ukrainian].
15. Bahorka, M. O. (2017). Marketynhova stratehiia ekolohizatsii vyrobnytstva yak osnovnyi napriam innovatsiinoi diialnosti ahrarnykh pidpryiemstv [The marketing strategy of ecologization of production as the main direction of innovative activity of agricultural enterprises]. *Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu. Seriia:*

Ekonomika – Odesa National University herald. Series: Economics, *22*(5), 43–46. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2017_22_5_10 [in Ukrainian].
16. Petrashchak, O. O., Khortyuk, V. V., & Toderash, H. F. (2018). Perspektyvy rozvytku deiakykh vydiv innovatsiinoho marketynhu [Perspectives for the development of some species of innovative marketing]. *Molodyi vchenyi – Young scientist*, *12*, 306–309. https://doi.org/10.32839/2304-5809/2018-12-64-73 [in Ukrainian].
17. Antoshchenkova, V. V., & Bogdanovich, O. A. (2017). Innovatsiinyi marketynh, yak osoblyvyi vyd innovatsiinoi diialnosti [Innovative marketing as a special kind of innovation]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu silskoho hospodarstva imeni Petra Vasylenka – Bulletin of the Petro Vasylenko Kharkiv National Technical University of Agriculture*, *185*, 50–55. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtusg_2017_185_8 [in Ukrainian].
18. Moskalenko, V. A. (2018). Udoskonalennia osnovnykh napriamiv marketynhovoi polityky prosuvannia innovatsiinykh rozrobok [Improvement of the main directions of the marketing policy of promotion of innovative developments]. *Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V. I. Vernadskoho. Seriia: Ekonomika i upravlinnia – Scientific notes of Taurida National V. I. Vernadsky University. Series: Economy and Management*, *29*(5), 72–76. http://nbuv.gov.ua/UJRN/UZTNU_econ_2018_29%2868%29_5_19 [in Ukrainian].
19. Vikarchuk, O. I., Kalinichenko, O. O., & Poita, I. O. (2016). Rozvytok osvitnoho marketynhu v suchasnomu ukrainskomu suspilstvi [Development of educational marketing in modern Ukrainian society]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Seriia: Ekonomichni nauky – Journal Zhytomyr State Technological university. Series: Economics*, *3*, 46–52. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu_econ_2016_3_9 [in Ukrainian].
20. Shevchenko, L. S. (2015). Suchasnyi universytet: marketynhova filosofiia diialnosti [Modern university: marketing philosophy of activity]. *Ekonomichna teoriia ta pravo – Economic Theory and Law*, *1* (20), 9–21. http://econtlaw. nlu. edu. ua/2014/11/27/%D1%81%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%82-%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B0-%D1%84/ [in Ukrainian].
21. Shevchenko, L. S. (2016). Yurydychnyi marketynh: vid teorii do praktyky [Legal marketing: from theory to practice]. *Ekonomichna teoriia ta pravo – Economic Theory and Law*, *2* (25), 67–79. http://econtlaw. nlu. edu. ua/2016/04/18/%D1%8E%D1%80%D0%B8%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3-%D0%B2%D1%96%D0%B4-%D1%82%D0%B5%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%97-%D0%B4%D0%BE-%D0%BF%D1%80%D0%B0/ [in Ukrainian].
22. Hushtan, T. V. (2016). Brend-marketynh – innovatsiinyi napriam pidvyshchennia konkurentospromozhnosti produktsii [Brand marketing – an innovative line of products enhance competitiveness]. *Prychornomorski ekonomichni studii – Black sea economic studies*, *9-1*, 65–69. http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_9%281%29__15 [in Ukrainian].

23. Vodianyk, M. O. (2015). Stanovlennia ta rozvytok priamoho marketynhu v suchasnykh umovakh rynkovoi ekonomiky [Formation and development of direct marketing in modern conditions of market economy]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky – Herald of Khmelnytskyi national university. Economic sciences*, *6*, 103–107. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_6_28 [in Ukrainian].
24. Kobernyuk, S. O. (2019). Rozvytok ahrarnoho marketynhu v Ukraini [Agricultural market development in Ukraine]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and state*, *5*, 45–48. https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.5.45 [in Ukrainian].
25. Shkirko, O. I. (2018). Partyzanskyi marketynh: sutnist, vydy ta instrumenty vykorystannia [Guerrilla marketing: the nature, types and tools of use]. *Ekonomichnyi prostir – Economic scope*, *134*, 215–224. http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2018_134_20 [in Ukrainian].
26. Rossokha, V. V. (2015). Rozvytok promyslovoho marketynhu v konteksti suchasnykh rynkovykh transformatsii [Development of industrial marketing in the context of current market transformations]. *Naukovi zapysky NaUKMA. Ekonomichni nauky – Scientific Papers NaUKMA. Economics*, *172*, 74–80. http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMAe_2015_172_17 [in Ukrainian].
27. Bochko, O. Yu., & Molnar, M. S. (2015). Rozvytok rehionalnoho marketynhu: osoblyvosti ta perspektyvy [Development of regional marketing: features and prospects]. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu. Seriia: Ekonomika – Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series "Economics"*, *2*(1), 136–140. http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2015_2%281%29__25 [in Ukrainian].
28. Mykytyn, T. M. (2012). Marketynh zapovidnykh terytorii yak stratehichnyi napriam rozvytku pryrodno-zapovidnoho fondu [The marketing of protected areas as strategic directions of development of nature reserve fund]. *Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu. Ekonomika – Scientific Journal of Chernivtsi University. Economics*, *623–626*, 38–41. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvchu_ec_2012_623-626_9 [in Ukrainian].
29. Tkachenko, N. O., & Chervonenko, N. M. (2013). Sotsialno-etychnyi ta sotsialnyi marketynh: sutnist, rozvytok, dotsilnist zastosuvannia u farmatsii [Social and ethical and social marketing: the essence, development, expediency of use in pharmacy]. *Farmatsevtychnyi chasopys – Pharmaceutical review*, *1*, 159–163. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Phch_2013_1_34 [in Ukrainian].
30. Vdovichena, O. H. (2016). Sotsialna oriientatsiia marketynhovoi diialnosti pidpryiemstva yak perspektyvnyi napriamok rozvytku v umovakh nestabilnoho rynku [Social orientation of marketing activity of an enterprise as promising development under unstable market conditions]. *Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky – Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute. Economics*, *3-4*, 195–204. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2016_3-4_22 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 31.07.2022
Стаття пройшла рецензування 11.08.2022
Стаття рекомендована до опублікування 29.08.2022

K. H. Hubin
PhD in Economics, Associate Professor of the Economic Theory Department, Yaroslav Mudryi National Law University, Ukraine, Kharkiv

DEVELOPMENT OF MARKETING IN UKRAINE: LONG-TERM GUIDELINES

Problem setting. Though marketing in Ukraine faces a number of urgent problems today, it should not forget about long-term development guidelines in order to gradually prepare for changes and improve marketing activities in a timely manner. It is necessary for understanding the prospects for the development of marketing to take into account the development trends of developed countries and evaluate its relevance for Ukraine in the future.

Recent research and publication analysis. The works of O. B. Zviahintseva, S. V. Mamalyha, K. M. Chornokozynska, T. H. Belova, O. F. Krainiuchenko, S. M. Illiashenko, M. P. Rud, O. I. Harafonova, S. G. Kaflevs'ka, A. I. Mandro, L. V. Kysliuk, V. I. Ordynskyi, Yu. A. Shevchenko, O. P. Vashkiv, Yu. S. Havrylenko, N. M. Vasyltsiv, Yu. V. Robul, N. S. Kosar, T. M. Hapiak, M. R. Fedun, O. O. Shkolnyi, M. O. Bahorka, O. O. Petrashchak, V. V. Khortyuk, H. F. Toderash, V. V. Antoshchenkova, O. A. Bogdanovich, V. A. Moskalenko, O. I. Vikarchuk, O. O. Kalinichenko, I. O. Poita, L. S. Shevchenko, T. V. Hushtan, M. O. Vodianyk, S. O. Kobernyuk, O. I. Shkirko, V. V. Rossokha, O. Yu. Bochko, M. S. Molnar, T. M. Mykytyn, N. O. Tkachenko, N. M. Chervonenko, O. H. Vdovichena, et al. are devoted to various aspects, problems and prospects of marketing in Ukraine. Simultaneously, the issue of long-term guidelines for the development of domestic marketing needs further research according to trends in the world and in Ukraine.

Paper objective. The purpose of the article is to determine long-term guidelines for the development of marketing in Ukraine based on the experience of developed countries and taking into account domestic specifics.

Paper main body. Inclusive marketing needs to be developed while maintaining a balance of interests of different population groups. A part of people can't be oppressed because others are aggressively promoting their ideas. If opportunities for open expression of disagreement are limited, consumer choice can become a form of hidden protest.

There are more and more restrictions on international economic relations in the modern world, so Ukrainians should acquire detoured marketing in order to promote products in closed markets.

One of the ways to increase the efficiency of economic activity can be the elimination of intermediaries between producers and buyers, therefore it is advisable to develop direct marketing.

There are reasons to expect an increase in the share of smart shopping marketing, optimal consumer decisions, in this case, the set of optimality criteria will expand.

Conclusion of the research. Long-term guidelines for the development of domestic marketing are determined, on the one hand, by the expediency of implementing Western experience in marketing activities, and, on the other hand, by the rate of acceptance of Western values by Ukrainians.

Short abstract for an article

Abstract. Inclusive marketing, detoured marketing, direct marketing, and an increase in the share of smart shopping marketing, optimal consumer decisions with expansion of the set of optimality criteria are considered as long-term guidelines for the development of marketing in Ukraine. The development of these guidelines is associated with the expediency of implementing Western experience in marketing activities and the rate of acceptance of Western values by Ukrainians.

Key words: marketing, development of marketing in Ukraine, inclusive marketing, detoured marketing, direct marketing.

Article details:
Received: 31 July 2022
Revised: 11 August 2022
Accepted: 29 August 2022

Рекомендоване цитування: Губін К. Г. Розвиток маркетингу в Україні: довгострокові орієнтири. *Економічна теорія та право*. 2022. № 3 (50). С. 43–58. DOI: https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-43.

Suggested citation: Hubin K. H. (2022). Rozvytok marketynhu v Ukraini: dovhostrokovi oriientyry [Development of marketing in Ukraine: long-term guidelines]. *Ekonomichna teoriia ta pravo – Economic Theory and Law*, *3*(50), 43–58. https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-43 [in Ukrainian].

DOI: https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-59
УДК [338.24:005.591.6](477)

О. М. ЛЕВКОВЕЦЬ
кандидатка економічних наук, доцентка,
доцентка кафедри економічної теорії
Національного юридичного університету
імені Ярослава Мудрого,
Україна, м. Харків
e-mail: o.m.levkovets@nlu.edu.ua
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-7256-9958

СТАРТАП-ЕКОСИСТЕМА УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЗАВДАНЬ ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ[1]

Досліджено потенціал стартап-екосистеми для відновлення та розвитку країни. Уточнено методологію екосистеми стартапів. Проаналізовано стан і динаміку стартап-екосистеми України. Акцентовано увагу на адаптаційних здатностях. Визначено специфічні характеристики національної екосистеми стартапів і чинники їх формування. Розкрито ризики сучасного етапу розвитку стартап-індустрії, обґрунтовано пріоритетні напрями її підтримки.

Ключові слова: стартап, життєвий цикл стартапу, стартап-екосистема, методологія, адаптаційний розвиток.

JEL Classification: O31, O32, O33.

Постановка проблеми. За висновками Startup Genome [1], стартапи в сучасному світі перетворилися на впливову економічну силу: лише в 2022 р. обсяг створеної ними в глобальній економіці вартості оцінено в 6,4 трлн дол., а рекордні 540 компаній отримали статус «єдинорога» (капіталізація від 1 млрд дол.). Стартапи виступають драйверами інноваційного розвитку національних економік, виконуючи низку важливих макроекономічних функцій: створення інноваційних організацій, здійснення та комерціалізації R&D,

[1] Роботу виконано в межах цільової комплексної програми «Соціально-економічна модернізація України та формування інноваційної моделі розвитку» (номер державної реєстрації 0111u000961).
© Левковець О. М., 2022. Стаття публікується на умовах ліцензії Creative Commons – Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).
Статтю розміщено на сайті збірника: http://econtlaw.nlu.edu.ua.

нетворкінгу та дифузії знань, джерела корпоративних інновацій, реалізації підприємницького потенціалу, джерела експортних надходжень та ін. Передумовою для виконання цих функцій є наявність у країні розвиненої стартап-екосистеми. Крім того, стартапам об'єктивно притаманна *адаптивність.* Для України в умовах воєнного стану, безпрецедентної обмеженості ресурсів, утрати підприємств, масштабних руйнувань енергетичної інфраструктури, згортання корпоративних проєктів стартап-індустрія – шанс на збереження та розвиток інноваційного потенціалу. У 2014–2021 рр. інвестиції в сектор стартапів зросли з 39 млн дол. до 780 млн дол., темпи розвитку характеризувалися двозначними цифрами [2]. Лютий 2022 р. перемістив стартапи (як і всю країну) до іншої реальності, адаптуватися до якої не навчали на жодних тренінгах. У рейтингу стартап-екосистем 2022 р. (GSEI-2022) [3] Україна втратила 16 позицій. Водночас перша аналітика, опублікована Українським фондом стартапів (USF), доволі оптимістична [4], а світова спільнота пропонує українським проєктам численні форми підтримки. Чи здатен адаптивний потенціал стартапів забезпечити збереження інтелектуальних ресурсів країни в умовах, що склалися? Чи стануть стартапи «сховищем-інкубатором» майбутніх технологічних проривів? Чи не є підтримка стартап-проєктів формою «підживлення» інших, розвиненіших інноваційних систем? В умовах надзвичайної обмеженості ресурсів актуальним є науковий аналіз стану й перспектив розвитку стартап-екосистеми України для з'ясування означених питань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Складність дослідження стартап-тематики пов'язана з виключною мінливістю даної сфери інноваційної діяльності. Динамічність їй притаманна об'єктивно, а сучасні трансформації інноваційних процесів її кратно прискорюють. Це обмежує можливості застосування у дослідницьких цілях певних фундаментальних праць, особливого значення набуває практична складова. Методологію дослідження стартап-екосистем розробляють консалтингові організації «Startup Commons», «Startup Blink», «Startup Genome» [1; 3; 5; 6] та ін., причому підходи відрізняються. Вітчизняні науковці акцентують на теоретичних питаннях формування та розвитку інноваційних екосистем. Відзначимо роботи Н. І. Ситник (N. I. Sytnik) [7] (зміст стартап-екосистеми, характеристики її складових). Оглядово-аналітичну інформацію з розвитку стартап-екосистеми України можна знайти у [8–10], публікаціях ділових видань [11–14]. У фаховому середовищі активно дискутуються питання оптимальних варіантів підтримки українських стартап-проєктів [15–17]. Утім, комплексного науково-теоретичного аналізу актуального стану стартап-індустрії країни не здійснено, не визначено методологічного підґрунтя для таких оцінок.

Мета статті – охарактеризувати стан і динаміку розвитку стартап-екосистеми України, обґрунтувати її роль у збереженні та розвитку інноваційного потенціалу країни.

Виклад основного матеріалу. Для формування методологічної основи дослідження представляється необхідним уточнити теоретичний аспект стартапу як форми інноваційного бізнесу. Стартап – тимчасова організація, створена для *пошуку* відтворюваної, придатної для *масштабування* бізнес-моделі. Виділені слова є ключовими для розуміння природи і специфіки стартап-діяльності. Усі існуючі визначення стартапу визнають обов'язковість двох його характеристик: 1) високі темпи зростання; 2) пошук і апробування бізнес-моделі, безупинні тестування / валідації гіпотез. Стартап є *тимчасовим форматом* бізнесу, успішний розвиток передбачає два варіанти завершення проєктного циклу (табл. 1 [18]): 1) ***масштабування*** з перетворенням на зрілу організацію, яка використовує знайдену інноваційну бізнес-модель для експансії на інші ринки, придбання компаній тощо; 2) ***екзіт*** *(exit)* через продаж великій компанії.

Таблиця 1

Стадії життєвого циклу стартапу

Стадія	Зміст
1. Pre-seed (допосівна)	Бізнес-ідея без чіткого уявлення щодо технічної та комерційної реалізації. *Мета: Problem / Solution Fit.* Перевірити гіпотезу бізнес-ідеї, обрати вектор діяльності, перетворити гіпотезу на продукт. Перші інвестиції (FFF: власні кошти, друзі, бізнес-ангели)
2. Seed – ***(посівна)****: вивчення ринку.*	*Мета: знайти Product / Market Fit* (продукт вирішує реальну проблему клієнта, який сплачує реальні кошти). Перевірка / корегування гіпотез продукту й ринку. Формування гіпотези ***бізнес-моделі***. Розроблення і тестування MVP (продукт із мінімальним функціоналом, що вирішує одну з проблем користувача; дозволяє з мінімальними витратами тестувати гіпотези), перевірка бізнес-моделі. Пошук інвесторів (бізнес-ангели, акселератори) і партнерів. *Завдання:* довести продукт до вимог ринку
Стадії № 1 та № 2 інколи поєднують в одну → Seed-stage	
3. Startup-stage*: запуск*	*Мета: Business Model / Market Fit. Запуск* проєкту (продукту у виробництво). Реєстрування стартапу як суб'єкта підприємницької діяльності. Є команда, перші канали збуту. Залучення інвесторів, експертів. Пошук і підтвердження оптимальної конфігурації бізнес-моделі. Бізнес-модель може перероблятися неодноразово, перш ніж буде знайдено придатну до масштабування. Радикальна зміна бізнес-моделі – **півот**

Закінчення табл. 1

Стадія	Зміст
Долина смерті (*Death Valley*) – період, коли стартап запустився, перші кошти витрачено, продукт потребує доопрацювання, а прибутку ще немає, доходи не покривають операційних витрат. Період невизначеності між запуском і підтвердженням здатності приносити дохід. Не проходять більше ½ стартапів. Найчастіше проблеми виникають за напрямами: продукт не потрібен; замала ємність ринку; некомпетентна команда; відсутність фінансування; відсутність необхідної експертизи (знань) у засновників; невдалий півот	
4. Growth-stage: *зростання* (early growth та scale-up growth)	*Mema: Business Model Scaling* (масштабувати бізнес-модель, поки немає аналогів). Операційне функціонування, просування, закріплення, зростання на ринку. Діюча бізнес-модель, стрімке збільшення обсягів реалізації та кількості споживачів. Проєкт окупається, приносить прибуток, залучаються *венчурні інвестори*, стають очевидними перспективи. Увага каналам взаємодії, вибудові бізнес-процесів, юридичним питанням. Фінальна формалізація бізнес-моделі
5. Expansion-stage: *розширення*	Стартап виходить за межі ринкової ніші, виконав бізнес-план, доходи зростають, масштабує успіх, поширюючись на суміжні сфери діяльності. Значні інвестиції. Закріплення на ринку (-ах) у якості лідера. Компанія припиняє діяти в стартап-форматі і перетворюється на «звичайну»
6. Exit-stage: *вихід*	Бізнес стабільний, зростання уповільнюється. Вихід венчурних інвесторів через: IPO, продаж частки стратегічним інвесторам, фондам прямих інвестицій
У розвитку стартапу – 2 критичних моменти: *product-market-fit (створити, донести цінність продукту)* і *scaling* (постійно цю цінність збільшувати)	

Принципова відмінність стартапу від малого бізнесу полягає в тому, що він від початку орієнтований на зростання, а не на окупність і сталість; потребує значних інвестицій і залучення венчурного капіталу. Поширеною є ситуація, коли на стадії early growth стартап не має прибутку, але інвестори високо оцінюють *потенціал* розвитку. Відповідно інакшими, аніж для «звичайного» бізнесу, є критерії оцінювання *ефективності*: 1) не прибуток ранніх стадій, а прибутки, які можна отримати *після масштабування* бізнес-моделі; 2) *підсумкові* показники ефективності: вартість при екзіті або капіталізація при перетворенні на зрілу компанію; 3) *проміжні* показники (індикатори розвитку): швидкість руху до наступних стадій проєктного циклу, обсяги залучених інвестицій, темпи зростання.

Перелічене визначає особливі умови для успішної реалізації таких проєктів, тож функціонування стартапів розглядають у контексті певної *екосистеми*. Концепція стартап-екосистеми (складові, характер взаємозв'язків) ґрунтується на моделі життєвого циклу стартапу (табл. 1), яка дозволяє визначити ключові напрями підтримки для розвитку проєкту від «*ідеї* до *бізнесу*» та від «команди *засновників* до *організації*» [5].

Під *стартап-екосистемою* розуміють сукупність суб'єктів, між якими складається система взаємозв'язків у процесі ідентифікації, підтримки, розвитку, комерціалізації стартапів. Це відкрита динамічна система, утворена інституціями, які мають *спільне бачення* стратегічного напряму руху, спільні інтереси, об'єднані розгалуженою мережею взаємозв'язків і функціонують у певному бізнес-середовищі на принципах саморегуляції, емерджентності, коеволюції, адаптивності та саморозвитку [7, с. 57]. За Startup Genome [1], екосистема – це кластер стартапів і пов'язаних організацій, які отримують *зі спільного пулу ресурси*. Екосистема стартапів формується людьми, стартапами різних стадій життєвого циклу та різними типами організацій у певному місці (фізичному чи віртуальному), які взаємодіють для створення нових стартап-компаній [6].

Класифікації суб'єктів екосистеми стартапів зазвичай акцентують на ключових функціях: таланти, підприємництво, навчання, фінансування, сервіс. Startup Commons [6] виокремлює творців бізнесу, постачальників підтримки (акселератори, інкубатори та ін.), розробників екосистем (забезпечують *інтеграцію* та взаємодію елементів стартап-екосистеми), великі корпорації, венчурних інвесторів. Ці суб'єкти зосереджуються на виконанні певних функцій та/або стартапах певної стадії розвитку. Можуть бути поліфункціональними й учасниками низки інших екосистем. У [9, p. 11] стартап-екосистему України визначено як платформу, мета якої полягає у створенні та просуванні українських стартап-команд і яка складається з українських і глобальних стейкхолдерів, що здійснюють функції координації та підтримки, – підприємців, стартап-команд, організацій підтримки та провайдерів послуг, інвесторів, корпорацій, університетів, дослідницьких інститутів, громадських організацій тощо.

Логіку взаємодії між суб'єктами стартап-екосистеми відповідно до цілей і завдань етапів життєвого циклу стартапу в інтерпретації Startup Commons представлено на рис. 1.

Цифрами позначено стадії життєвого циклу стартапу: від (-2) до 0 відповідають стадіям *pre-seed, seed, запуск* (табл. 1); наступні – етапам *раннього та пізнього зростання, експансії* відповідно. *Метчинг* – важлива функція екосистеми (*matchmaking* – «пошук того, хто вам підходить»). У глобальному цифровому ландшафті (з платформними бізнес-моделями, економікою, що

керується даними та ін.) конкурентоспроможна екосистема, за оцінками [5], також має бути цифровою.

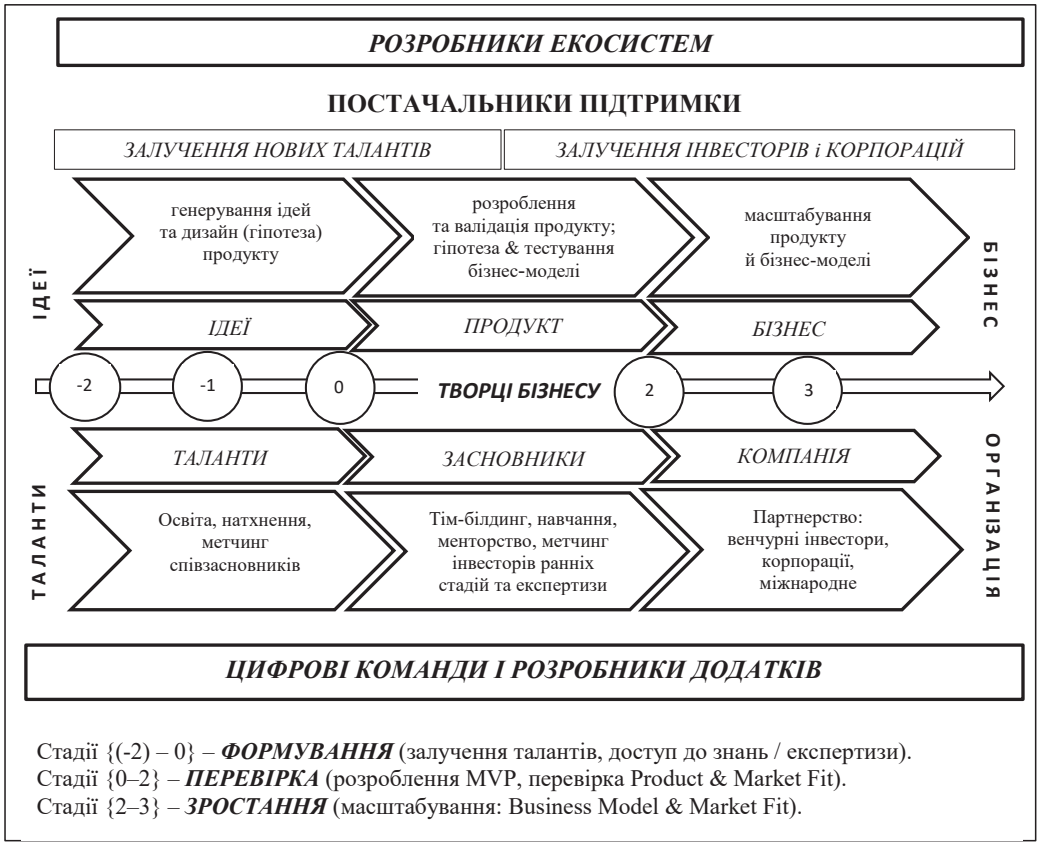


Рис. 1. Стартап-екосистема за Startup Commons: суб'єкти та взаємозв'язки [5]

Основними *джерелами* продуктивності інноваційної екосистеми є: *якість інститутів* (базові умови для інновацій); *якість учасників* (компетенція та навички); *якість зв'язків* (створення мереж, розвиток). Формування та розвиток стартап-екосистем відбуваються під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників. Серед ключових глобальних трендів (зовнішні чинники) зазначимо такі.

Перший. Процеси, які в експертному середовищі називають ***цифровою глобалізацією***, відкривають для стартапів будь-якої регіональної належності можливості брати участь у програмах провідних акселераторів світу, взаємодіяти з великими корпораціями, «входити» до галузей, донедавна закритих для малих компаній, залучати інвестиції, обходячи ресурсні обмеження національних економік. Гнучкість і адаптивність зумовлюють переваги старта-

пів (експериментування, швидка перевірка гіпотез, корегування / півоти – їх ключові процеси) перед великими корпораціями у сферах AI, IoT та ін. За [1, p. 49–52], у 2017–2022 рр. найвищі темпи зростання стартапів були в секторах: AI & BD (53%) Advanced Manufacturing & Robotics (70%), Edtech (44%).

Другий. За оцінками С. Бланка (S. Blank) [18], *масштабування* потребує ємності ринку не менш як у 100 млн споживачів. За такої умови стартапи небагатьох країн світу можуть розробляти продукт лише для внутрішнього ринку, масштабування від початку вимагає глобального орієнтування! У [18] наводиться звичайний алгоритм дій стартапу: залучення початкового фінансування, створення і тестування MVP на локальному ринку з подальшими комунікаціями в країнах масштабування – для тестування продукту, відкриття офісу продаж, пошуку партнерів, залучення фінансування. Зауважимо, що це стосується і проєктів, зорієнтованих на екзіт через продаж: інвестиційна привабливість визначається потенціалом масштабування.

Третій. У глобальній економіці стартапи, прагнучи масштабування, змінюють юрисдикцію та місцезнаходження – постає проблема ідентифікації *національної належності* таких бізнесів. Startup Blink встановлює її з огляду на те, яка екосистема підштовхнула стартап до успіху (де «сталася магія» [3, p. 13]), і це не завжди країна, у якій розташована офіційна штаб-квартира стартапу. Для ідентифікації вивчають історію та поточний стан проєкту. Саме тому в рейтингу GSEI-2022 [3] до стартап-екосистеми України віднесено «єдинорогів» Grammarly та People.ai (головний офіс у США). Startup Genome до 2022 р. враховував лише екосистему, в якій стартап було *засновано*, але наразі змінив підхід і додає вартість 5 найкращих стартапів до екосистеми, у якій знаходяться їхні головні офіси.

Четвертий. За [19], економіка стартапів змінилася: IPO або M&A стартапів без прибутку стали нормою; стислі технологічні цикли зумовили необхідність безперервних інновацій (а не одної) протягом тривалого часу. У 2021 р. Grammarly (українські засновники; з 2009 р.) перетнув оцінку в 13 млрд дол., перейшовши зі статусу «єдинорога» до «декакорна» (стартап, чия вартість перевищує 10 млрд дол.). Таких компаній у світі на кінець 2021 р. налічувалося всього 84. Якщо раніше статус «єдинорога» стартап отримував через 7–10 років, то сьогодні це можливо навіть у перший рік існування [20]. Венчурні фонди тримають стартапи в портфоліо, інвестуючи в розвиток і відкладаючи вихід на IPO, оскільки що довше компанія залишається приватною, то дорожчою стає (з'явився навіть термін «скейлап»). Цей тренд підтверджується дослідженням McKinsey & Company: якщо в 90-х роках стартапи виходили на IPO в середньому через 4 роки після заснування, то після 2014 р. – через 11 [20].

П'ятий. Світовій стартап-індустрії прогнозують період рецесії і завершення буму венчурного фінансування попередніх років [12]. Crunchbase протягом 2022 р. фіксує значне (майже удвічі) стиснення венчурних інвестицій у стартапи пізніх стадій; фінансування проєктів ранніх стадій скорочується меншою мірою [21]. Причини: 1) інвестори наразі є впевненішими щодо довгострокових перспектив, аніж короткострокових; 2) у стартапів ранніх стадій вища ймовірність невдач, але низькі оцінки, тож, і ризики інвесторів є незначними. Попри загальний низхідний тренд, продовжують зростати інвестиції у стартапи за напрямами: *кібербезпека* і цифрові трансформації бізнесу, сектор *proptech* (від стартапів будівельних технологій до фінансування нерухомості); *програмне забезпечення* (ПЗ). Найбільше падіння прогнозують секторам криптографії, електромобілів, криптовалют [22].

Специфіку ж національних стартап-екосистем визначає низка внутрішніх чинників, які накладають певні обмеження на дії суб'єктів: державне регулювання, бізнес-клімат, розвиненість ІКТ, стан і кон'юнктура ринку, соціокультурні норми та поведінкові моделі, обізнаність щодо стартап-діяльності тощо.

Викладене вище, на наш погляд, дозволяє сформувати наукове підґрунтя для аналізу стану, динаміки та перспектив розвитку стартап-екосистеми України. Для цілей аналізу (з огляду на обмеженість інформації) застосуємо елементи методології Startup Blink, Startup Genome і Startup Commons. Startup Commons – європейська структура з розвитку стартап-екосистем, чиєю місією є сприяння глобальному масштабуванню інноваційного підприємництва. Startup Blink – дослідницький центр, що надає послуги розробникам екосистем, держсектору, бізнесу, формує карту екосистем стартапів 100 країн, оприлюднює рейтинг «The Global Startup Ecosystem Index» (GSEI). Startup Genome – міжнародна консалтингова та дослідницька організація з інноваційної політики, щорічно публікує The Global Startup Ecosystem Report (GSER) за понад 280 екосистемами (3 млн стартапів).

Стартап-екосистема має життєвий цикл, протягом якого проходить кілька стадій. Її еволюція – складний і тривалий процес. Кожен етап має певні особливості, характеристики ресурсів і потреби. Startup Genome вирізняє *чотири стадії розвитку* екосистем стартапів (табл. 2). Із цими стадіями розвитку корелюють принципово різні стратегії, а екосистеми, які їх не синхронізують, ризикують *марно витратити час і ресурси*, не отримавши результату. Startup Commons класифікує стадії розвитку стартап-екосистем за рівнем зрілості, також підкреслюючи формування релевантних заходів підтримки відповідно до особливостей кожного рівня (табл. 3).

Таблиця 2

Стадії розвитку стартап-екосистеми за Startup Genome [1, p. 33]

Стадія розвитку	Характеристика	Цілі
1. Активація	– обмежений досвід стартапів (важливі: ноу-хау засновника, ментори, радники, досвідчені інвестори та ін.); – 1000 або менше стартапів; – відсутність досвіду запуску, *витік ресурсів до екосистем пізніх стадій*	– збільшення екзітів і фінансування ранніх стадій; – активізація підприємців, розвиток спільноти для взаємодопомоги; – програми прискореного зростання та розвитку для *«осередків успіху»* – 1–2 сфер стартапів (з огляду на місцеві переваги)
2. Глобалізація	– *тригер*: зростання досвіду зумовило серію вражаючих регіональних екзітів у понад 100 млн дол.; – екзіт 800–2000 стартапів (з огляду на кількість населення); – низка екзітів ініціює *залучення ресурсів* (талантів, підприємців, інвесторів) з *екосистем першої стадії*, але все ще є *витік ресурсів* до розвиненіших екосистем	– пріоритет: посилення глобального зв'язку з засновниками провідних екосистем як *фактора успіху*, що визначає *потенціал* розширення екосистеми; – підтримка стартапів для збільшення раннього глобального охоплення ними ринку, що *реалізує* потенціал розширення екосистеми; – усунути проблеми факторів успіху
3. Залучення	– *тригер*: низка вражаючих екзітів по всьому світу («єдинороги»); – понад 2000 стартапів; – виходи на мільярди доларів створюють глобальне залучення ресурсів; – залишається мало прогалин щодо факторів успіху	– застосувати глобальне залучення ресурсів для збільшення масштабів екосистеми, заповнення існуючих «прогалин»; – усунути перешкоди для імміграції; інструмент: спеціальні програми
4. Інтеграція	– понад 3000 стартапів; – високий рівень глобальної зв'язаності та потоку знань в екосистему; – екосистема забезпечує стабільну інтеграцію стартапів у глобальну структуру знань; – створюються передові бізнес-моделі й навички для глобального ринку	– інтегрування екосистеми в глобальні, національні, місцеві потоки ресурсів і знань усередині та поза екосистемою; – оптимізація законодавства та державної політики для підтримки конкурентоспроможності, зростання, поширення переваг (культури, капіталу, інновацій) на інші сектори економіки / регіони країни

Таблиця 3

Рівні зрілості стартап-екосистеми за Startup Commons [5]

Рівень	Назва / зміст	Характеристика
A	**Пробудження та маніфест**	✓ початок сприйняття стартап-культури, розуміння розвитку; усвідомлення екосистемного бачення стартапу; ✓ прагнення зрозуміти мегатренди та зміни в інноваціях, підприємництві, розвитку стартап-екосистем; ✓ оцінювання ступеня узгодженості стану, напрямів діяльності з місцевими цілями, з міжнародними партнерами тощо
B	**Картографування та vision (бачення)**	✓ пошук стратегії, політики, нових функцій та послуг для розвитку бізнесу через інноваційні стартапи; ✓ розвиток і впровадження підприємницької культури, стартапів і знань про екосистему стартапів серед місцевих ключових зацікавлених сторін для спільного розуміння та узгодження дій; ✓ створення спільного бачення та плану розвитку місцевої екосистеми
C	**Узгодження та вимірювання / оцінювання**	✓ нанесені на карту, візуалізовані й активно пов'язані екосистемні стартапи, заходи, послуги, програми з досліджень, подій, інноваційних послуг, консультаційних мереж, інструментів фінансування та ін., орієнтованих на стадії розвитку стартапів; ✓ доступність / прозорість сервісів, активна робота зі зменшення дублювань, усунення вузьких місць у функціях підтримки / знаннях; ✓ оцінювання і порівняльний аналіз ефективності екосистеми та прогресу розвитку на всіх рівнях
D	**Оркестрування** (розміщення, координування, управління складними цифровими системами та службами) **та інтеграція**	✓ повне сприйняття підприємницької культури, управління інноваціями для покращення власної позиції в рейтингах глобальних екосистем; ✓ дотримання сталої, довгострокової, щорічно оновлюваної дорожньої карти (етапи розвитку екосистеми, темпи зростання ресурсів); ✓ ***цифровий зв'язок*** на місцевому та міжнародному рівнях для розробки локальних даних у режимі реального часу, порівняльного аналізу й залучення міжнародних інвестицій; ✓ покращення обсягу, якості, швидкості, рентабельності інвестицій

Для рейтингування екосистем Startup Genome обраховує середньозважений показник низки *«чинників успіху»* – причому для екосистем різних стадій розвитку набір і вага таких чинників відрізняються. Для екосистем ранніх стадій це (табл. 4): *продуктивність*, *фінансування*, *охоплення ринку*, *досвід і талант*. Значно вищою порівняно з методикою, яка застосовується для розвинених екосистем, є питома вага перших двох чинників і меншою – останнього. До уваги беруться: ефективність використання інвестицій, доступність і обсяг венчурного фінансування, потенціал виходу на міжнародні ринки, кваліфікація / зарплати команд, стартап-досвід засновників. Критерієм порівняння екосистем є ймовірність створення успішних компаній стартапами *ранніх стадій*.

Таблиця 4

Ключові чинники успіху для стартап-екосистем, що розвиваються (Startup Genome – 2022 р. [1, p. 292]**)**

Показник (чинник успіху)	**Зміст**	**Вага та складові**	
		вага	**особливості розрахунку показника**
Продуктивність	Вартість екосистеми (сума екзітів і очікуваних оцінок стартапів); успішність запусків (80% – зі стадії зростання, 10% – ранніх, 10% – швидкість запуску)	45%	Вартість екосистеми – 70%, екзіти – 20%, запуски – 10%
Фінансування	Доступність: обсяги, діапазон між раундами, кількість інвесторів, їхній досвід	30%	100% – доступність для ранніх стадій
Охоплення ринку	Клієнти стартапів ранніх стадій (потенціал масштабування, виходу на глобальний рівень). *Варіанти*: місцевий ринок, провідні світові компанії, комерціалізація нематеріальних активів	15%	100% – провідні світові компанії
Досвід і талант	Таланти, до яких мають доступ стартапи ранніх стадій, їх вартість (зарплата інженера-програміста), розвиток наук (природничі, технічні). Досвід успішних запусків і масштабування в екосистемі (засновників). Екзіти: від 1 млрд дол.; від 50 млн дол.	10%	80% – розвиток технічних наук, 20% – природничих. Досвід: 80% – ранніх стадій, 20% – масштабування
Інтегральний	Середньозважений усіх чинників успіху		

Startup Blink [3, p. 14–16] важливою характеристикою стартап-екосистем визнає кількість і вартість *екзітів* (компаній, які вийшли на IPO або об'єдналися з публічною), *«єдинорогів»* (посилюють екосистему, сприяючи залученню інвесторів, мотивуючи потенційних підприємців) і *«пантеонів»* – колишніх стартапів, які мають особливу історію, що позитивно впливає на національну екосистему (на кшталт Netflix і т. п.). Результативність екосистеми визначається: кількістю нових стартапів; частки тих, яким вдається пройти всі стадії розвитку; частки «єдинорогів» і «пантеонів». Перспективи розвитку стартап-екосистеми визначають [1, p. 33]: 1) ***збереження та зростання внутрішнього потенціалу***: успішність стартапів, вартість їх ринкових оцінок і екзітів (передчасний продаж спричиняє втрати); *зміни стартапами екосистеми*; частка реінвестованих доходів стартапів та суб'єктів екосистеми; 2) ***зовнішній потенціал***: суб'єкти й ресурси, що можуть бути залучені. У рейтингу Startup Blink (GSEI) 2021 р. Україна втратила 5 позицій серед 100 країн з найбільшим стартап-потенціалом (причини: політична ситуація, брак ресурсів у державному секторі для підтримки стартапів), у рейтингу 2022 р. опустилася ще на 16 позицій, посівши 50-те місце. У рейтингу GSER (140 провідних стартап-екосистем світу) Україна відсутня. Застосуємо елементи методології цих організацій для ідентифікації рівня та моделі розвитку стартап-екосистеми країни.

Українська стартап-екосистема динамічно розвивалася протягом 2014–2021 рр., формувалися необхідні елементи інноваційної інфраструктури, зростала кількість стартапів. У 2019 р. створено державний фонд підтримки стартапів ранніх стадій – USF. За даними [9, p. 4], у 2019 р. в Україні налічувалося понад 150 коворкінгів, хабів, інкубаторів і акселераторів, більш як 25 венчурних фондів, 195 тис. технічних фахівців (і кількість щорічно зростала), щорічно проводилося до 1000 стартап-заходів. Було розпочато процеси створення цифрової інфраструктури. У 2020 р. профільним міністерством створено платформу *«Tech Ecosystem Overview»* [8] – онлайн-портал для пошуку бізнес-інформації про IT-компанії, людей, інвесторів, технологічну екосистему країни. Зокрема, розміщено інформацію про понад 550 сервісних компаній, 10 акселераторів, 87 R&D центрів, пул із 45 інвесторів, центри IT-освіти, хаби тощо. Найпомітніші інвестори: UVCA (поєднує понад 50 інвестиційних фондів України та світу), Western NIS Enterprise Fund, Horizon Capital, «TechUkraine» (національна платформа, що об'єднує технологічних стейкхолдерів для розвитку екосистеми), Aventures Capital та ін. Міжнародна інформаційна платформа «Dealroom" у 2020 р. додала до свого ресурсу інформацію про українські стартапи. У 2021 р. 19 ТНК відкрили в країні R&D центри [2].

Стартапи є ключовою ланкою екосистеми, утім визначити їх кількість, вартість екзітів можна лише приблизно. З урахуванням того, що тривалий час такі проєкти можуть існувати без реєстрації, та за відсутності критеріїв віднесення компаній до стартапів – забезпечити статистику непросто. Згідно з інформацією, представленою в [9, p. 4], у 2019 р. в Україні було 3200 стартапів (з огляду на тенденції 2019–2021 рр. ця кількість мала зрости). На платформі [8] зазначено понад 1700 продуктових стартапів. На екосистемній карті Startup Blink (фіксує лише зареєстровані стартапи) по Україні є вибірка із 428 стартапів [3]. Для ефективного управління розвитком екосистеми актуальним є завдання її ***картографування*** з визначенням ознак стартапів, класифікацією за секторами та стадіями проєктного циклу (див. табл. 3). Розроблення такої карти влітку анонсували USF, TA Ventures і Міністерство цифрової трансформації України. Наразі ж нами виявлено таку інформацію щодо результативності екосистеми. 2018–2022 рр. знаменувалися появою 6 «єдинорогів» – стартапів із ринковою вартістю понад 1 млрд дол., чиїми засновниками були або є українці: Git Lab, Grammarly, Genesis, People.ai, Firefly Aerospace [23], у 2022 р. – AirSlate (Git Lab у жовтні 2021 р. вийшов на IPO – *Авт.*). Цей факт є гучномовним, оскільки відповідно до методології Startup Blink свідчить про значний потенціал екосистеми. Україна входить до 10 топ-країн – батьківщин фаундерів «єдинорогів» (12) [24]. За оцінками UVCA [2, с. 4], до війни загальна оцінка українських стартапів становила 20,7 млрд дол. Загальна вартість екзітів у 2021 р. склала 944,7 млн дол. (!) [2, p. 4], в 2020 р. – 282,8 млн дол. 86% екзітів в екосистемі – угоди M&A [2, p. 7], і лише 2% – IPO. Загальні іноземні інвестиції в українську екосистему у 2014–2021 рр. оцінено у 2,8 млрд дол. Деталі щодо оформлення угод, сплати податків не розкриваються, що ускладнює оцінку наслідків для національної економіки, можуть бути особливості методики оцінки, але цифри вражають.

На сьогодні існують усього декілька фахових досліджень стартап-галузі України, результати яких можна застосувати для визначення моделі, специфіки, динаміки розвитку стартап-екосистеми країни.

Перше дослідження. PUSB (Polish-Ukrainian Startup Bridge) за підтримки USF і Варшавської фондової біржі про стан українського стартапінгу, 2021 р. [10]. Опитано 158 стартапів. 77% опитаних виявилися стартапами стадій pre-seed і seed, лише 5% (8 стартапів) перебували на стадії масштабування (expansion). І, власне, більша частина представленої у звіті інформації лише слугує ілюстрацією специфіки ранніх стадій життєвого циклу стартапу. У [10] визнаються певні недоліки методики і неможливість поширити висновки на всю стартап-галузь через специфічність вибірки (не представлено всі групи). Утім, дослідження дозволяє сформувати уявлення про стартапи ранніх стадій.

Найбільша їх кількість (27,2%) створена у 2021 р.; чверть – не мали організаційно-правової форми (для ранніх стадій – явище поширене); 51,3% – не отримували доходу. Серед джерел фінансування: 84,2% – старт із власним капіталом (для 39% – єдине джерело); 31% – гранти USF; 30,4% – інші гранти, іноземний венчурний капітал та іноземні бізнес-ангели – 20,3%; місцеві бізнес-ангели та акселератори – 10,8%. Інформація про те, що 63% стартапів орієнтувалися на міжнародний і внутрішній ринки, 24% – на міжнародний і лише 12% – на український, виглядає обнадійливо з огляду на перспективи масштабування та диверсифікації ризиків. Утім, незрозуміло, що означає «зорієнтовані»: працюють, готуються, думають? Для оцінки перспектив ці дані застосувати складно. Основними зовнішніми *перешкодами* для розвитку названо відсутність коштів на розширення команди (48%), доступу до фінансування (39%). 36% стартапів застосовували модель B2B (клієнти – малий і середній бізнес), 24% – B2B з великими компаніями, 29% – модель B2C. Чинник успіху «охоплення ринку» за Startup Genome (табл. 4), передбачає залучення великих компаній як клієнтів для подальшого масштабування – з наведених даних цього не слідує.

Друге дослідження. Звіт «Ukraine as Number One (UNO)» від лондонської RA Capital, Unit City, USF, Business Incubators, 2021 р. [11]. Основні висновки є такими.

Установлено, що в Україні сформувалася особлива модель стартапінгу: стартап-екосистема спеціалізується на підтримці проєктів ***seed stage***, які отримують початкове «місцеве» фінансування і в разі успішного Product / Market Fit залучають подальші раунди інвестицій у США й ЄС. Процес супроводжується релокацією принаймні одного засновника до центрів західного технологічного підприємництва в США, ЄС, Великій Британії. Визначено, що 60% українських стартапів *seed stage* зареєстровані за кордоном або мають іноземну реєстрацію. Основні причини: 1) прагнення забезпечити належний правовий захист учасників проєкту; 2) можливості залучення інвестицій (обмеженість доступу в Україні; вимоги інвесторів щодо юрисдикції [15]). З решти 40% стартапів, зареєстрованих в Україні, 65% планували в майбутньому зареєструвати компанію за кордоном (отже, 82% – мали або планували отримати іноземну юрисдикцію). 100% опитаних базували в Україні основні *команди розробників*; функції закордонних команд: продаж, маркетинг, фінанси. Засновники 82% опитаних стартапів знаходилися в Україні. 3 основні причини для цього: дешевий кваліфікований пул талантів (36%), можливості всередині стартап-екосистеми (33%), орієнтація на український ринок (23%). Українські стартапи утримували R&D та *бек-офіси* в Україні, а за кордоном – відкривали *фронт-офіси* з роботи з клієнтами на локальних ринках. 92%

опитаних визнали, що зміни в екосистемі країни 2019–2021 рр. зробили її привабливим місцем для запуску та скейлінгу (масштабування) стартапів.

За оцінками UNO, останнім часом фокус українських фаундерів зрушується до сфери *deep tech*. Найпопулярніші напрями: штучний інтелект і машинне навчання (AI/ML – 37%), Big Data (22%), Hardware (15%), Інтернет речей (IoT – 11%). За оцінками [10], найбільше серед стартапів ранніх стадій SaaS (21,5%), health tech (19,6%), AI (15,2%), energy (13,3%), IoT (12%). Це підтверджує тенденцію до зростання частки AI та пов'язаних з ним технологій. Але більшість українських стартапів – не продуктові компанії, а *сервісний* IT-аутсорсинг [17]. Найбільші обмеження розвитку екосистеми пов'язані з *фінансуванням*. За даними [8], практично всі інвестори фінансують ранні стадії стартап-циклу (26 – локальних, 8 – іноземних інституціональних інвесторів). А серед інвесторів *growth stage* (ці стадії потребують великих раундів) – лише 6 іноземних фондів. У 2021 р. у структурі іноземних венчурних інвестицій 80% припало на стадії масштабування [2].

У березні 2022 р. USF і Міністерство цифрової трансформації України провели оперативне онлайн-опитування 150 українських стартапів щодо діяльності під час війни [4]. Інформації про стадії життєвого циклу не представлено, утім можна припустити, що йдеться про цільову аудиторію USF» – стартапи ранніх стадій. Перелік питань містив такі: *релокейт* стартапів і команд, *продовження діяльності*, *фінансове становище*, актуальні види підтримки. Результати такі. 71% стартап-команд знаходилися в країні, 28% – частково за кордоном, 1% – за кордоном. 71% стартапів працювали повністю або частково, 28% – не працювали. 37,4% потребували *релокації* проєкту та команди, лише 24,3% мали фінансові ресурси на строк від 3 місяців і більше. І 99% потребували передусім фінансової підтримки.

Оскільки стартапи ранніх стадій визначатимуть найближче майбутнє національної стартап-екосистеми, дослідження дозволило визначити проблеми та напрями підтримки таких проєктів. Висновки щодо адаптивності стартап-екосистеми підтверджуються й іншою аналітикою. За даними 1991 Accelator (понад 200 стартапів), на опитування відгукнулися лише 40% проєктів [13]. Серед них лише 10% припинили роботу, частина – «на холді» (наприклад, через блокування реєстрів призупинялися проєкти, які працювали на основі відкритих даних). Основні проблеми: недоукомплектованість команди (частина працівників у неоплачуваній відпустці), фандрайзинг (коштів залишається на 3–6 місяців роботи), клієнтські відмови (B2B, країни СНД), освоєння міжнародних ринків (команди, які тестували продукти в Україні, мають змінювати концепцію, переглядають стратегії експансії, час, ресурси). До травня 85% стартапів IT-сектору відновили діяльність до довоєнних показ-

ників і зростають (IT Research Resilience від Львівського кластера). Десятки українських стартап-проєктів (команда або засновники в Україні) залучають кошти від міжнародних фондів і компаній [12], відновлюють інвестування венчурні фонди [25]. Утім більшість фондів здійснюють лише фінансову підтримку портфельних проєктів, обережно ставлячись до нових угод. Найближчим часом це може спричинити в екосистемі «демографічну яму» – відсутність нових стартапів. Ресурсів державного сектору для належної підтримки галузі не вистачало й у довоєнні часи. Але таку підтримку активно пропонують іноземні урядові та неурядові фонди, корпорації тощо. Google for Startups заснував Ukraine Support Fund (5 млн дол. на гранти для постраждалих від війни українських стартапів), провідні акселератори навперебій запрошують до своїх програм, світові маркетплейси скасували комісії для українських підприємців тощо.

Підіб'ємо підсумки. На наш погляд, саме специфіка стартап-екосистеми значною мірою пояснює її високі адаптивні здатності у 2022 р. У кризу виживають гнучкі, адаптивні компанії. Тому в контексті глобальних трендів і воєнних реалій стартапи ранніх стадій – це перевага. Вони ще не витрачають коштів на підтримку інфраструктури та команду, зосереджені на створенні продукту, але за необхідності здатні здійснити ***півот*** і легко адаптуються під мінливий ринок. Для інвесторів такі вкладення – можливість диверсифікувати портфель і знизити ризики. Глобальне орієнтування, галузева IT- та сервісна спеціалізація уможливили швидку релокацію стартап-команд і продовження проєктів, використання підтримки світової бізнес-спільноти. Стартап-екосистема України перебуває на ранній стадії розвитку (за Startup Commons – перехід до рівня «B»; за Startup Genome – перехідний до стадії «глобалізації»). Головним чинником успіху, за оцінками Startup Blink [3], є людський ресурс («таланти»). Утім, для екосистем ранніх стадій його питома вага становить лише 10% (табл. 4), оскільки за відсутності інших чинників таланти легко можуть змінити екосистему. Екосистема, яка втрачає ресурси, повертається на попередні стадії розвитку. Так, Startup Blink визнають, що їхній аналіз по Україні не може претендувати на повноту, потрібен час для розуміння впливу війни, можливостей країни відновити економіку [3, p. 195–196]. Організація констатує, що серед найбільших викликів для української стартап-екосистеми – безпрецедентна підтримка від інших держав, які створюють на своїй території умови для роботи і проживання українських фахівців [3, p. 196], і «можна лише сподіватися, що після війни таланти повернуться, і українська екосистема відновить колишню міць».

Розробленню комплексної системи заходів державної підтримки має передувати чітке визначення *мети* та *стратегії* розвитку стартап-екосистеми,

пріоритетності цілей, напрямів, інструментарію підтримки. Ідентифікація рівня зрілості дозволяє зрозуміти, який підхід до розвитку та зусилля слід забезпечити, щоб розвивати екосистему далі. Рівень «В» (табл. 3) передбачає створення спільного бачення та плану розвитку стартап-екосистеми. Етап глобалізації – підтримку стартапів для збільшення раннього глобального охоплення ринку (табл. 2). Мету розвитку української стартап-екосистеми наразі не сформульовано. Так, USF бачить її у тому, щоб стартапи створювалися, розвивалися, залишалися в Україні, формуванні репутації стартап-нації (інноваторів) для забезпечення подальшого глобального успіху [8; 17]. У [17] анонсовано розвиток експортоорієнтованих продуктових компаній у пріоритетних секторах (з огляду на національні конкурентні переваги; відповідає етапу «активація») та ін.

В експертному середовищі тривають дискусії щодо ефективності державної підтримки стартапів ранніх стадій з огляду на глобальний характер їхньої діяльності. Аргументи є такими. IT-сектор забезпечує приплив валюти в країну від стартап-аутсорсингу [15]. Розробники поширюють інформацію про компанії за своїми ком'юніті (нетворкінг), сприяючи розвитку ділових зв'язків і залученню інвестицій. Державне субсидування стартапів ранніх стадій для зменшення ризиків інвесторів наступних стадій – світова практика [5]. За [15], свого часу Польща висувала вимогу до стартапів про обов'язковість реєстрації в країні, не дозволяючи на наступних етапах фінансування змінювати юрисдикцію, і зіткнулася з тим, що стартапи не могли залучати інвестиції, тож вимогу скасували. При екзітах через продаж податки мають сплачуватися в Україні (але в глобальному світі забезпечити цю умову непросто). Залишатимуться в країні робочі місця з високою доданою вартістю, забезпечуватимуть майбутнє новим стартапам. Держава може повернути інвестиції лише в непрямий спосіб: збільшуючи доходи / купівельну спроможність громадян, допомагаючи стартапам продаватися за кордоном і сплачувати податки в Україні. Утім, для розвитку стартап-екосистеми в інтересах національної економіки в довгостроковій перспективі не уникнути необхідності забезпечення стандартних умов щодо сприятливого бізнес-клімату. Перспективи розвитку українських стартапів під час війни пов'язані з активним інтегруванням української стартап-екосистеми до світової через акселераторські програми («Techstars», «Y-Combinator», «Launchpad», «Startup Wise Gays»). На даному етапі розвитку роль держави полягатиме у пошуку / підтримці оптимальних форматів такої інтеграції. Великі фонди управляють приватними грошима, тож, з огляду на глобальні тренди, можуть призупиняти інвестиції. Найбільший потенціал взаємодії щодо інвестування в стартапи вбачається за напрямом ТНК, які зіткнулися з викликами цифрових трансформацій бізнесу й шукають

варіанти їх реалізації. Український *tech-сектор* виявився найгнучкішою ланкою української економіки під час війни та здатен стати майбутнім драйвером розвитку. Продуктові стартапи отримали шанс посісти помітне місце на українському ІТ-ринку, де до війни домінували аутсорсингові та сервісні компанії.

Наразі державна підтримка спрямована на захист і відновлення роботи стартап-команд, здійснюється у формі освітницьких та PR-проєктів, інформування та інституційної підтримки доступу до європейського фінансування, участі у програмах провідних акселераторів тощо. Так, USF запустив ініціативу розміщення та пошуку стартапами допомоги на платформі *«Sava UA Startups»* – інтерактивній карті, яка постійно оновлюється. Проєкт дозволяє отримати безкоштовні *менторські сесії* за актуальними напрямами: AI, виробництво, фінанси, логістика, кібербезпека, бізнес-моделі, PR та комунікації, стратегічне партнерство та ін. Проводяться переговори з міжнародними інституціями, донорами, асоціаціями (EIB, EBRD, WNISEF, USAID та ін.) [12; 16]. Пряма державна підтримка передбачена лише для проєктів критично важливих для країни технологій.

Міністерство цифрової трансформації України та фандрейзингова платформа «UNITED24» проголосили старт програми «Армія дронів», USF запровадив програму підтримки для проєктів *подвійного призначення* (грант до 35 тис. дол.) [26]. Пріоритетними визначено напрями: оборона, кібербезпека, охорона здоров'я, освіта, інфраструктура. Аргументація є такою: нагальні потреби держави, наявність кваліфікованих фахівців, вимушена конкурентна перевага – можливість швидкого апробування розробок у реальних умовах. Додамо до переліку високий науково-технічний потенціал таких проєктів (deep tech), можливість забезпечення синергетичного ефекту у вигляді сателітних інновацій у цивільних галузях, співпраці з глобальними корпораціями. Проаналізуємо потенціал і основні обмеження для розвитку таких проєктів.

1. Потенціал. ***По-перше***, цифровізація уможливила для стартапів змагання в галузі, яка завжди була монополізованою великими корпораціями на кшталт «Boeing» (вже є кейси отримання стартапами урядових оборонних контрактів у США) [27]. Сучасні воєнні технології все більше ґрунтуються на AI (штучному інтелекті). AI-технології для БПЛА ще в зародковому стані, триває період *експериментів*, тож є шанси посісти певну нішу на такому ринку. За оцінками С. Бланка (S. Blank) [28], уперше національна безпека залежить від *комерційних* технологій: дрони, штучний інтелект (AI), машинне навчання, кібернетика, напівпровідники, квантові обчислення та ін. Низка стартапів забезпечують супутникові зображення та аналіз, зв'язок і БПЛА; технологія дронів демократизована до низьких цін та купується через Інтернет. ***По-друге***, великі компанії – це довготривалі проєкти, забюрократизовані процедури прийняття рішень. Це

виключає гнучкість, унеможливлює швидке внесення змін до продукту. Традиційні постачальники оборонних інструментів, технологій і зброї більше не є лідерами в технологіях, які ґрунтуються на AI; зброя, яку можна створити з меншими витратами і модернізувати за допомогою ПЗ, *руйнує їхні бізнес-моделі* [28]. За оцінками С. Бланка, інновації загрожують усталеним інтересам, але неминучою є трансформація оборонних екосистем. ***По-третє***, уряди країн світу збільшують оборонні бюджети, а глобальний оборонний ринок IT-продукції до 2030 р. сягне 137,7 млрд дол. (удвічі більше 2020 р.). Галузь military-tech в Україні з 2014 р. зросла в 3–7 разів, а проєкти, на реалізацію яких відводили 1,5–2 разів, наразі виконуються за 2–3 місяці. ***По-четверте***, розвиток military-tech залежить від експертизи, навичок інженерів у сферах AI, робототехніки, телекомунікацій, кібербезпеки, хмарних обчислень. Такі ресурси в Україні є, нижчою є собівартість AI-розробок (нижчий рівень зарплат).

2. Обмеження. ***По-перше***, стартапи military – це *deep tech*, а для таких проєктів не працює стандартна схема венчурного фінансування. «Бізнес-модельні» стартапи діють за методологією Lean startup: створити MVP, якнайшвидше та якнайдешевше тестувати гіпотези, вивести продукт на ринок. Перші професійні інвестиції залучають, коли є MVP, і лише з етапу growth (масштабування) – великі раунди. Deep tech розвиваються ***інакше***. Це ресурсо- та капіталоємні проєкти. MVP в середньому розробляється 2 роки (!), ще стільки ж часу потрібно, щоб вивести продукт на ринок [29]. Мінімально необхідна сума для створення / тестування MVP – 1–1,5 млн дол., в Україні такі кошти на проєкт ранньої стадії знайти практично неможливо (лише іноземний венчурний капітал). Проєкти *deep tech* зазвичай завершуються екзітом через кілька років на стадії прототипу, а покупцями виступають великі корпорації, які інтегрують розробки у власні рішення. 90% екзітів на ринку deep tech – це M&A. ***По-друге***, продукція оборонної галузі – специфічна, потребує проходження експертиз, випробувань, отримання дозволів. Процеси є регламентованими, бюрократизованими, просуваються повільно, а у сфері AI високі темпи змін. Військові контракти можуть охоплювати десятиріччя, але в швидкому циклі стартапів компанії мають близько року для виходу ринок. Крім того, стартапи не мають досвіду / компетенцій такої рутинної роботи, вона є чуждою стартап-культурі. ***По-третє***, проблемними є етичні аспекти використання AI для воєнних цілей: технології вдосконалюються швидше, ніж правила / обмеження, які регулюють їх використання (2018 р.: Google відмовився від таких проєктів, посилюються дискусії щодо моральності розроблення AI для автономної зброї і т. д. [27]).

Стратегічно важливо не намагатися залучити швидкі інвестиції за будь-яку ціну, а діяти системно, ґрунтуючись на об'єктивному SWOT-аналізі перспек-

тив розвитку ОПК та забезпечивши належне правове врегулювання означених процесів. Системні рішення (у т. ч. щодо оптимальних форм державної підтримки), на наш погляд, мають бути в площині формування оборонної *екосистеми*, до якої залучені та де взаємодіють учасники різної природи (державні, недержавні, інвестиційні, навчальні, технологічні); яка включає стартапи й інші технологічні компанії, генеральних підрядників як *інтеграторів передових технологій*, R&D центри та ін.

Висновки. Стартапам об'єктивно притаманні виключні адаптаційні властивості. Збереження стартап-індустрії – це шанс на відновлення науково-технічного потенціалу країни в умовах катастрофічних масштабів утрат. Розроблення ефективних заходів підтримки повинне мати науково-методологічне підґрунтя. Застосовується екосистемний підхід. У силу інформаційних обмежень для дослідження стану та динаміки розвитку української стартап-екосистеми доцільно застосувати елементи методологій Startup Blink, Startup Genome і Startup Commons. Стартап-екосистема України, попри успіхи 2017–2021 рр., перебуває на ранній стадії розвитку (рівень «B» за Startup Commons, перехідний до етапу «глобалізація» за Startup Genome). Головним чинником успіху є люди («таланти»). Функціонування стартап-екосистеми наразі має адаптивний характер, відбувається досить успішно. Але потребує підтримки з боку держави й операторів екосистеми, адже одні й ті самі чинники формують як можливості збереження, так і ризики втрати інноваційного потенціалу країни внаслідок зміни стартапами екосистеми. Необхідно сформувати єдину мету / vision і стратегію розвитку. Реально виконані завдання: PR-ефект, збереження стартап-команд, нетворкинг, набуття актуального досвіду міжнародного партнерства. Капіталізація досягнень з позицій національних інтересів, перетворення загроз на можливості – наступний етап. Зміст: пошук оптимальних форматів застосування специфічних конкурентних переваг з урахуванням існуючих обмежень. Пріоритети: проєкти подвійного призначення (military tech). Передумова успіху: системний підхід.

В умовах воєнного стану прогнозування й оцінка національних бізнес-перспектив є непростим завданням. Умови часу накладають певні обмеження на збирання, оброблення, оприлюднення інформації. Водночас питання збереження інтелектуального, науково-технічного потенціалу країни є нагальним і потребує максимально об'єктивного підходу до розв'язання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Global Startup Ecosystem Report (GSER 2022). 380 p. URL: https://startupgenome.com/reports/gser2022 (дата звернення: 02.08.2022).

2. Ukraine Deal Review 2021. Tech Venture Capital and Private Equity deals of Ukraine. 2022, 12 May. 28 p. URL: https://www.slideshare.net/UVCA/ukraine-deal-review-2021-tech-venture-capital-and-private-equity-deals-of-ukraine (дата звернення: 02.08.2022).
3. Startup Blink. Global Startup Ecosystem Index 2022. 402 p. URL: https://www.startupblink.com/startupecosystemreport (дата звернення: 02.08.2022).
4. Startup voice: результати опитування стартап-екосистеми України. URL: https://usf.com.ua/startup-voice-rezultati-opituvannya-startap-ekosistemi-ukraini/ (дата звернення: 02.08.2022).
5. Startup Commons For Ecosystem Developers. URL: https://www.startupcommons.org/ecosystem-development.html (дата звернення: 02.08.2022).
6. What Is Startup Ecosystem? URL: https://www.startupcommons.org/what-is-startup-ecosystem.html (дата звернення: 02.08.2022).
7. Ситник Н. І. Інструменти державної підтримки екосистеми стартапів: досвід країн Центральної та Східної Європи. *Проблеми економіки*. 2020. №2 (44). С. 55–62. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-2-55-62.
8. Ukrainian Tech Ecosystem Overview. URL: https://techecosystem.gov.ua/everything-is-techable-with-ukraine (дата звернення: 02.08.2022).
9. Strategic vision 2020–2025 / Ukrainian Startup Fund. 21 p. URL: https://usf.com.ua/wp-content/uploads/2020/09/strategy_usf_2020-2025.pdf (дата звернення: 02.08.2022).
10. Ukrainian startup ecosystem: Facing the challenges, seizing the opportunities. URL: https://www.startupbridge.eu/wp-content/uploads/2022/01/PUSB_REPORT_UKRAINIAN_STARTUP_ECOSYSTEM_2022.pdf (дата звернення: 02.08.2022).
11. 6 главных идей – из нового исследования стартап экосистемы Украины. URL: https://inventure.com.ua/analytics/investments/6-glavnyh-idej-iz-novogo-issledovaniya-startap-ekosistemy-ukrainy (дата звернення: 02.08.2022).
12. Красавцев Б. USF надалі працює – задля збереження та розвитку стартап-екосистеми України. URL: https://ucluster.org/blog/2022/06/usf-nadali-pratsjue-zadlja-zberezhennja-startap-ekosystemy/ (дата звернення: 02.08.2022).
13. Клепа Є. Виживуть найспритніші: стан стартап-екосистеми на червень 2022 року. URL: https://speka.media/jane.klepa/vizivut-naispritnisi-stan-startap-ekosistemi-na-cerven-2022-p6w1lv (дата звернення: 02.08.2022).
14. Мостова Ю. Інвестиційні тренди: де стартапу шукати гроші? URL: https://ucluster.org/blog/2022/04/investytsijni-trendy-de-startapu-shukaty-groshi/ (дата звернення: 02.08.2022).
15. Харий Я. Украинский фонд стартапов (УФС): окупятся ли инвестиции государства в стартапы? URL: https://inventure.com.ua/analytics/formula/ukrainskij-fond-startapov-ufs:-okupyatsya-li-investicii-gosudarstva-v-startapy (дата звернення: 02.08.2022).
16. Krasavtsev B. USF continues to work to save and developed Ukraine's startup. URL: https://ucluster.org/en/blog/2022/06/usf-countinues-to-work-to-save-ukraines-startup-ecosystem (дата звернення: 02.08.2022).
17. Дудко В. Нація стартапів? Мінцифри хоче залити мільярдами IT-ринок, щоб Україна перестала бути «аутсорс-країною». Наскільки реальний цей план. URL:

https://forbes.ua/inside/natsiya-startapiv-v-mintsifri-bachat-v-ukraini-minimum-6000-startapiv-cherez-10-rokiv-yakiy-plan-13072022-7094 (дата звернення: 02.08.2022).
18. Blank S. Born Global or Die Local – Building a Regional Startup Playbook. URL: https://steveblank.com/2014/10/31/born-global-or-die-local-building-a-regional-startup-playbook/ (дата звернення: 02.08.2022).
19. Blank S. Startup Stock Options – Why A Good Deal Has Gone Bad. URL: https://steveblank.com/2019/04/10/startup-stock-options-why-a-good-deal-has-gone-bad/ (дата звернення: 02.08.2022).
20. Антонюк Д. Бути єдинорогом тепер недостатньо. Інвесторам цікаві стартапи вищої ліги – декакорни. Хто вони такі. URL: https://forbes.ua/innovations/byt-edinorogom-teper-nedostatochno-investoram-interesny-startapy-vysshey-ligi-dekakorny-kto-oni-takie-23112021-2820 (дата звернення: 02.08.2022).
21. Teare G. Still falling: July funding drops again after a stronger June. URL: https://news.crunchbase.com/venture/global-venture-funding-drops-monthly-recap-july-2022/ (дата звернення: 02.08.2022).
22. Metinko Ch., Kunthara S., Glasner J. Which Startup Sectors Are The Bulls And Bears In 2022's Sluggish VC Market? URL: https://news.crunchbase.com/startups/bulls-bears-venture-capital/ (дата звернення: 02.08.2022).
23. Соколенко Д. Бум стартапів: рейтинг українських єдинорогів 2021. URL: https://ucluster.org/blog/2021/10/bum-startapiv-rejtyng-ukrainskyh-edynorogiv-2021/ (дата звернення: 02.08.2022).
24. Шкальова А. Україна ввійшла до топа країн за кількістю фаундерів «єдинорогів». URL: https://vctr.media/ua/ukrayina-vijshla-u-10-krayin-svitu-za-kilkistyu-faunderiv-yedinorogiv-117938/ (дата звернення: 02.08.2022).
25. Бордунова Є. Інвестиції воєнного часу: що є, у кого вкладати та що далі. URL: https://vctr.media/ua/investycziyi-voyennogo-chasu-shho-ye-u-kogo-vkladaty-ta-shho-dali-vitalij-laptenok-flyer-one-ventures-141261/ (дата звернення: 02.08.2022).
26. Український фонд стартапів запускає програму грантової підтримки проєктів подвійного призначення. URL: https://biz.ligazakon.net/news/211737_ukranskiy-fond-startapv-zapuska-programu-grantovo-pdtrimki-proktv-podvynogo-priznachennya (дата звернення: 02.08.2022).
27. Heikkilä M. Why business is booming for military AI startups. URL: https://www.technologyreview.com/2022/07/07/1055526/why-business-is-booming-for-military-ai-startups/ (дата звернення: 02.08.2022).
28. Blank S. Lessons for the DoD – From Ukraine and China. 03.05.2022. URL: https://steveblank.com/2022/05/03/lessons-for-the-dod-from-ukraine-and-china/ (дата звернення: 02.08.2022).
29. Филипчук Ю. Заработать на науке. Как ученым построить успешный deeptech-стартап. URL: https://ain.ua/ru/2019/11/20/kak-uchenym-postroit-uspeshnyj-deeptech-startap/ (дата звернення: 02.08.2022).

REFERENCES

1. *Global Startup Ecosystem Report (GSER 2022).* (2022, June 14). https://startupgenome.com/reports/gser2022

2. *Ukraine Deal Review 2021. Tech Venture Capital and Private Equity deals of Ukraine.* (2022, May 12). https://www.slideshare.net/UVCA/ukraine-deal-review-2021-tech-venture-capital-and-private-equity-deals-of-ukraine
3. Startup Blink. (2022). *Global Startup Ecosystem Index 2022.* https://www.startupblink.com/startupecosystemreport
4. *Startup voice: rezultaty opytuvannia startap-ekosystemy Ukrainy [Startup voice: results of a survey of the Ukrainian startup ecosystem*]. (2022, March 14). https://usf.com.ua/startup-voice-rezultati-opituvannya-startap-ekosistemi-ukraini/ [in Ukrainian].
5. *Startup Commons For Ecosystem Developers.* (n.d.). https://www.startupcommons.org/ecosystem-development.html
6. *What Is Startup Ecosystem?* (n.d.). https://www.startupcommons.org/what-is-startup-ecosystem.html
7. Sytnik, N. I. (2020). Instrumenty derzhavnoi pidtrymky ekosystemy startapiv: dosvid krain Tsentralnoi ta Skhidnoi Yevropy. [Instruments of state support for the startup ecosystem: the experience of Central and Eastern Europe]. *Problemy ekonomiky – Problems of the economy*, *2*(44), 55–62. https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-2-55-62 [in Ukrainian].
8. *Ukrainian Tech Ecosystem Overview*. (n.d.). https://techecosystem.gov.ua/everything-is-techable-with-ukraine
9. Ukrainian Startup Fund. (2020). *Strategic vision 2020–2025.* https://usf.com.ua/wp-content/uploads/2020/09/strategy_usf_2020-2025.pdf
10. *Ukrainian startup ecosystem: Facing the challenges, seizing the opportunities.* (2022). https://www.startupbridge.eu/wp-content/uploads/2022/01/PUSB_REPORT_UKRAINIAN_STARTUP_ECOSYSTEM_2022.pdf
11. *6 glavnykh idey – iz novogo issledovaniya startap-ekosistemy Ukrainy [6 main ideas – from a new study of Ukraine's startup ecosystem].* (2021, September 30). https://inventure.com.ua/analytics/investments/6-glavnyh-idej-iz-novogo-issledovaniya-startap-ekosistemy-ukrainy [in Russian].
12. Krasavtsev, B. (2022, June 28). *USF nadali pratsiuie – zadlia zberezhennia ta rozvytku startap-ekosystemy Ukrainy [USF will continue to work to preserve and develop the startup ecosystem of Ukraine].* https://ucluster.org/blog/2022/06/usf-nadali-pratsjue-zadlja-zberezhennja-startap-ekosystemy/ [in Ukrainian].
13. Klepa, Ye. (2022, June 15). *Vyzhyvut naisprytnishi: stan startap-ekosystemy na cherven 2022 roku [Vizhivut are the most agile: the state of the startup ecosystem as of June 2022].* https://speka.media/jane.klepa/vizivut-naispritnisi-stan-startap-ekosistemi-na-cerven-2022-p6w1lv [in Ukrainian].
14. Mostova, Yu. (2022, April 26). *Investytsiini trendy: de startapu shukaty hroshi? [Investment trends: where should startups look for money?].* https://ucluster.org/blog/2022/04/investytsijni-trendy-de-startapu-shukaty-groshi/ [in Ukrainian].
15. Khariy, Ya. (2022, January 27). *Ukraynskyi fond startapov (UFS): okupiatsia ly ynvestytsyy hosudarstva v startapy? [Ukrainian Startup Fund (USF): will government investments in startups pay off?].* https://inventure.com.ua/analytics/formula/ukrainskij-fond-startapov-ufs:-okupyatsya-li-investicii-gosudarstva-v-startapy [in Russian].
16. Krasavtsev, B. (2022, June 28). *USF continues to work to save and developed Ukraine's startup.* https://ucluster.org/en/blog/2022/06/usf-countinues-to-work-to-save-ukraines-startup-ecosystem

17. Dudko, V. (2022, Jule 13). *Natsiia startapiv? Mintsyfry khoche zalyty miliardamy IT-rynok, shchob Ukraina perestalala buty «autsors-krainoiu». Naskilky realnyi tsei plan [A nation of startups? The Ministry of Digital Transformation wants to pour billions into the IT market so that Ukraine stops being an «outsourced country». How realistic this plan is].* https://forbes.ua/inside/natsiya-startapiv-v-mintsifri-bachat-v-ukraini-minimum-6000-startapiv-cherez-10-rokiv-yakiy-plan-13072022–7094 [in Ukrainian].
18. Blank, S. (2014, October 31). *Born Global or Die Local – Building a Regional Startup Playbook*. https://steveblank.com/2014/10/31/born-global-or-die-local-building-a-regional-startup-playbook/
19. Blank, S. (2019, April 04). *Startup Stock Options – Why A Good Deal Has Gone Bad. Startup Stock Options – Why A Good Deal Has Gone Bad*. https://steveblank.com/2019/04/10/startup-stock-options-why-a-good-deal-has-gone-bad/
20. Antoniuk, D. (2021, November 23). *Buty yedynorohom teper nedostatno. Investoram tsikavi startapy vyshchoi lihy – dekakorny. Khto vony taki [Being a unicorn is not enough anymore. Investors are interested in startups of the top league – decacorns. Who they are].* https://forbes.ua/innovations/byt-edinorogom-teper-nedostatochno-investoram-interesny-startapy-vysshey-ligi-dekakorny-kto-oni-takie-23112021-2820 [in Ukrainian].
21. Teare, G. (2022, August 04). *Still falling: July funding drops again after a stronger June.* https://news.crunchbase.com/venture/global-venture-funding-drops-monthly-recap-july-2022/
22. Metinko, Ch., Kunthara, S., & Glasner, J. (2022, June 13). *Which Startup Sectors Are The Bulls And Bears In 2022's Sluggish VC Market?* https://news.crunchbase.com/startups/bulls-bears-venture-capital/
23. Sokolenko, D. (2021, October 13). *Bum startapiv: reitynh ukrainskykh yedynorohiv. [Boom of startups: rating of Ukrainian unicorns].* https://ucluster.org/blog/2021/10/bum-startapiv-rejtyng-ukrainskyh-edynorogiv-2021/ [in Ukrainian].
24. Shkalova, A. (2022, January 18). *Ukraina vviishla do topu krain za kilkistiu faunderiv "iedynorohiv" [Ukraine entered the top of the countries in terms of the number of founders of "unicorns"].* https://vctr.media/ua/ukrayina-vijshla-u-10-krayin-svitu-za-kilkistyu-faunderiv-yedinorogiv-117938/ [in Ukrainian].
25. Bordunova, Ye. (2022, May 05). *Investytsii voiennoho chasu: shcho ye, u koho vkladaty ta shcho dali [Wartime Investments: What's Out There, Who To Invest In, And What's Next].* https://vctr.media/ua/investycziyi-voyennogo-chasu-shho-ye-u-kogo-vkladaty-ta-shho-dali-vitalij-laptenok-flyer-one-ventures-141261/ [in Ukrainian].
26. *Ukrainskyi fond staratpiv zapuskaie prohramu hrantovoi pidtrymky proiektiv podviinoho pryznachennia [The Ukrainian Venture Fund is launching a grant support program for dual purpose projects].* (2022, June 08). https://biz.ligazakon.net/news/211737_ukranskiy-fond-startapv-zapuska-programu-grantovo-pdtrimki-proktv-podvynogo-priznachennya [in Ukrainian].
27. Heikkilä, M. (2022, July 07). *Why business is booming for military AI startups*. https://www.technologyreview.com/2022/07/07/1055526/why-business-is-booming-for-military-ai-startups/

28. Blank, S. (2022, May 03). *Lessons for the DoD – From Ukraine and China.* https://steveblank.com/2022/05/03/lessons-for-the-dod-from-ukraine-and-china/
29. Filipchuk, Yu. (2019, November 20). *Zarabotat' na nauke. Kak uchenym postroit' uspeshnyy deeptech-startap [Make money on science. How scientists can build a successful deeptech startup].* https://ain.ua/ru/2019/11/20/kak-uchenym-postroit-uspeshnyj-deeptech-startap/ [in Russian].

Стаття надійшла до редакції 04.08.2022
Стаття пройшла рецензування 23.08.2022
Стаття рекомендована до опублікування 29.08.2022

O. M. LEVKOVETS
PhD in Economics, Associate Professor of the Economic Theory Department, Yaroslav Mudryi National Law University, Ukraine, Kharkiv

STARTUP ECOSYSTEM OF UKRAINE IN THE CONTEXT OF TASKS OF PRESERVATION AND DEVELOPMENT OF INNOVATIVE POTENTIAL

Problem setting. Startups objectively are adaptable. In the conditions of exceptional resource limitations, the assessment of the role and potential of startups for the future development of the country is relevant.

Recent research and publication analysis. The startup ecosystem analysis methodology is developed by consulting organizations "Startup Commons", "Startup Blink", and "Startup Genome", their approaches are different.

Paper objective. The purpose of the article is to characterize the state and dynamics of the development of the startup ecosystem of Ukraine, to justify its role in the preservation and development of the innovative potential of the country.

Paper main body. The specifics of startup projects determine special conditions for their successful development. The functioning of startups is considered in the context of a particular ecosystem. The startup ecosystem concept is based on the startup life cycle model. The formation and development of startup ecosystems are influenced by several factors.

The global nature of startup activity makes it difficult to identify the national affiliation of startups. The methodology of Startup Blink and Startup Commons, data from USF, venture funds, GSER, and Global Startup Ecosystem ratings, etc. were used to analyze the state and dynamics of the development of the Ukrainian startup ecosystem. Ukraine's startup ecosystem is at an early stage of development (level "B", Startup Commons). The main factor of success (2017–2021) is human resources ("talents"). Specific characteristics are "seed-stage" specialization; the dominance of the IT sector; predominance of service startups over deep tech; global orientation and venture type of project development (exit –

sale); foreign registration of startups and location of R&D centers and teams in Ukraine; development of startup search infrastructure for corporate ecosystems. The factors that caused them are insufficient capacity of the domestic market for scaling, limited venture capital, investor requirements, state support, digital globalization, etc.

In 2022 Ukraine lost 16 positions in the Global Startup Ecosystem Index, the functioning of the startup ecosystem is adaptive. The results are a small share of closed projects, relocation of startup teams, pivots, client rejections (CIS), reorientation to Western markets, and fundraising problems. Startups focused on global markets received additional opportunities (PR, support from marketplaces, venture capital funds of the EU, USA, etc.). At the same time, it creates risks of the country losing innovative teams and technologies as a result of startups changing the ecosystem. Capitalization of startup potential requires support for startups at the later stages of the project cycle, but the country does not have the necessary resources, expertise, and conditions. The task is to find optimal formats for the application of specific competitive advantages, taking into account the existing limitations. The priorities are dual-purpose projects (military tech, cyber security, infrastructure, health tech, EdTech). A prerequisite for success is a systematic approach, the formation of a vision regarding the goal and strategy of the development of the startup ecosystem.

Conclusion of the research. The country's startup ecosystem has partially adapted to the new operating conditions, but it needs support from the state and ecosystem operators because the same factors create both opportunities for preservation and risks of losing the country's innovative potential.

Short abstract for an article

Abstract. The potential of the startup ecosystem for the recovery and development of the country has been studied. The methodology of the startup ecosystem has been clarified. The state and dynamics of the startup ecosystem of Ukraine are analyzed. Attention is focused on adaptive abilities. The specific characteristics of the national startup ecosystem and the factors of their formation are determined. The risks of the current stage of development of the startup industry are revealed, and the priority areas of its support are substantiated.

Key words: startup, startup life cycle, startup ecosystem, methodology, adaptive development.

Article details:
Received: 04 August 2022
Revised: 23 August 2022
Accepted: 29 August 2022

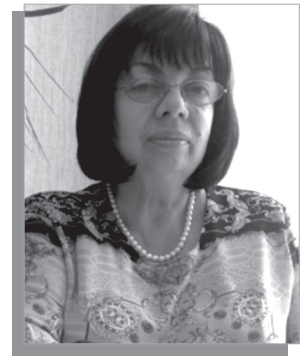
Рекомендоване цитування: Левковець О. М. Стартап-екосистема України в контексті завдань збереження та розвитку інноваційного потенціалу. *Економічна теорія та право*. 2022. №3 (50). С. 59–85. DOI: https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-59.

Suggested citation: Levkovets, O. M. (2022). Startap-ekosystema Ukrainy v konteksti zavdan zberezhennia ta rozvytku innovatsiinoho potentsialu [Startup ecosystem of Ukraine in the context of tasks of preservation and development of innovative potential]. *Ekonomichna teoriia ta pravo – Economic Theory and Law*, *3*(50), 59–85. https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-59 [in Ukrainian].

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ПРАВА

DOI: https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-86
УДК 338.245:346.2

О. С. МАРЧЕНКО
докторка економічних наук, професорка,
професорка кафедри економічної теорії
Національного юридичного університету
імені Ярослава Мудрого,
Україна, м. Харків
e-mail: ol.mar4encko2011@nlu.edu.ua
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-4761-9620



ІНСТИТУЦІЙНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ[1]

Визначено поняття інституційної безпеки підприємства і розкрито її взаємозв'язок із правовою безпекою підприємства. Обґрунтовано місце й роль інституційної безпеки в системі економічної безпеки підприємства. Доведено, що в умовах воєнного часу метою інституційної безпеки підприємства є його збереження як цілісної господарської системи й інституційної форми підприємництва.

Ключові слова: підприємство як інституційна одиниця національної економіки, інституційне середовище бізнесу, інституційна безпека підприємства, система економічної безпеки підприємства, правова безпека, цілісна господарська система, релокація підприємства, воєнний час.

JEL Classification: K20, L21, L26, M21.

Постановка проблеми. У період воєнного часу істотно змінюються цілі, завдання, механізми економічної безпеки підприємств у цілому й кожної її складової. Це зумовлено багатьма чинниками, серед яких великий вплив мають радикальні трансформації інституційного середовища бізнесу, процесів

[1] Роботу виконано в межах цільової комплексної програми «Соціально-економічна модернізація України та формування інноваційної моделі розвитку» (номер державної реєстрації 0111u000961).
© Марченко О. С., 2022. Стаття публікується на умовах ліцензії Creative Commons – Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).
Статтю розміщено на сайті збірника: http://econtlaw.nlu.edu.ua.

та моделей господарської діяльності під час російської військової агресії проти України. Першочерговим завданням системи економічної безпеки бізнесу стає збереження підприємства як цілісної господарської системи – інституційної форми підприємництва. У зв'язку з цим істотно актуалізуються теоретичні та прикладні дослідження інституційної безпеки підприємств, напрямів та чинників її забезпечення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогодні економічній безпеці підприємств присвячено велику кількість монографій [1–3], підручників, навчальних посібників [4; 5], наукових статей [6; 7] українських дослідників. Але не отримали ще системного обґрунтування та розкриття, по-перше, теоретичні основи та сутнісні характеристики інституційної безпеки підприємства, по-друге, її роль у забезпеченні економічної безпеки функціонування та розвитку підприємств як цілісних господарських систем від деструктивного впливу загроз і ризиків радикальних змін інституційного середовища бізнесу.

Сучасні дослідження українськими науковцями інституційних характеристик і чинників економічної безпеки підприємств спираються переважно на такі взаємопов'язані підходи:

1) аналіз інституційного забезпечення економічної безпеки підприємств та її окремих складових як сукупності інституційних умов і чинників ведіння бізнесу. З. В. Гбур (Z. V. Hbur) обґрунтовано вважає, що саме інституційний вектор через правові, політичні, економічні механізми може забезпечити цілісність економічної системи, посилити її здатність зберігати динамічну рівновагу, успішно адаптуватися до ендогенних і екзогенних викликів, ефективно переборювати кризові явища [8]. На думку дослідника інформаційної безпеки України С. С. Білька (S. S. Bilko), інституційне забезпечення інформаційної безпеки – це сукупність державних і недержавних інституцій, які забезпечують створення нормативно-правових, організаційних та економічних умов, необхідних для формування та реалізації ефективної державної політики у сфері інформаційної безпеки [9]. А. П. Колесніков (A. P. Kolesnikov) підкреслює системність і множинність векторів інституційного впливу на всі аспекти економічної безпеки підприємств та його інноваційного розвитку, аналізує роль інститутів ризикових інвестицій, технологічного трансферту, ринку праці й інших у забезпеченні економічної безпеки підприємств [10]. Визначення напрямів, заходів, критеріїв ефективності інституційного забезпечення економічної безпеки в цілому та її окремих складових є теоретичною основою аналізу ролі інституційної безпеки в досягненні цілей системи економічної безпеки підприємств;

2) дослідження безпеки інституційного середовища підприємств. О. Г. Шпикуляк (O. H. Shpykuliak) і О. О. Прутська (O. O. Prutska) розуміють

інституційну безпеку за аспектами формування і соціально-економічного позиціонування як ефект дії різного роду інституцій та інститутів. Структурно вона представлена функціонуванням уже діючих інститутів, а також новостворених і таких, що трансплантовані (запозичені) з інших моделей інституціонального порядку. На їхню думку, інституційна безпека також представлена інституційною ефективністю, яку в теоретико-емпіричному вимірі слід виразити через рівень трансакційних витрат [11, с. 82]. Висновки аналізу безпеки інституційного середовища бізнесу є теоретичним інструментарієм дослідження та оцінювання інституційних загроз і ризиків економічній безпеці бізнесу шляхом визначення рівня та динаміки трансакційних витрат підприємства.

Аналізуючи зазначені підходи до обґрунтування теоретичних основ інституційної безпеки підприємства, слід підкреслити, що дослідження інституційного забезпечення економічної безпеки підприємств і безпеки інституційного середовища їх господарської діяльності є взаємодоповнюючими напрямами розкриття концептуальних характеристик інституційної безпеки. Загальними для них об'єктами аналізу є інституційне середовище підприємницької діяльності та його безпека для підприємства. На нашу думку, інституційну безпеку підприємства, хоча її заходи спрямовані на прогнозування, запобігання, подолання деструктивних впливів загроз та ризиків інституційного середовища бізнесу, на його адаптацію до інституційних викликів, не слід ототожнювати з безпекою інституційного середовища підприємницької діяльності. Інституційна безпека підприємства – це його захищеність від небезпек інституційного середовища бізнесу, що є базовою умовою його економічної безпеки як інституційної форми підприємництва.

Формулювання цілей. Метою статті є обґрунтування змісту, основних характеристик і ролі інституційної безпеки підприємства у забезпеченні його економічної безпеки та визначення основних напрямів його захисту як інституційної форми бізнесу в умовах воєнного часу.

Досягнення мети дослідження охоплює такі етапи: розкриття характеристик підприємства як інституційної форми підприємництва та інституційної одиниці національної економіки; визначення поняття інституційної безпеки підприємства, її основних об'єктів і завдань; розкриття взаємозв'язку інституційної безпеки й економічної безпеки підприємства; порівняльний аналіз інституційної безпеки та правової безпеки підприємства; обґрунтування мети, основних напрямів і заходів забезпечення інституційної безпеки підприємства в умовах воєнного часу.

Виклад основного матеріалу. Підприємство як відокремлений економічно, техніко-технологічно, юридично самостійний суб'єкт комерційної госпо-

дарської діяльності є, по-перше, економічним інститутом, що забезпечує здійснення підприємницької діяльності як системи економічних відносин, регулює економічну поведінку суб'єктів підприємництва. Підприємство – це інституційна форма підприємництва. По-друге, підприємство є інституційною одиницею національної економіки, що здатна від власного імені володіти активами, приймати зобов'язання, брати участь в економічній діяльності та вступати в операції з іншими одиницями [12] (табл. 1).

Таблиця 1

Основні ознаки та види підприємств як інституційних одиниць національної економіки*

Основні ознаки інституційної одиниці	Види інституційних одиниць
Право самостійного володіння товарами й активами від власного імені, що надає можливість обмінюватися правами власності на ці товари й активи при операціях з іншими одиницями. Здатність приймати самостійні економічні рішення і здійснювати економічну діяльність, за яку вона сама несе пряму відповідальність і відповідає перед законом. Здатність приймати фінансові й інші зобов'язання, пов'язані з майбутньою діяльністю, від свого імені, а також укладати договори та контракти; існування для неї повного набору рахунків, уключаючи баланс активів і пасивів, або практичної можливості – як з економічної, так і з юридичної точки зору – щодо підготовки повного набору рахунків, а також статистичної звітності в разі необхідності.	Корпорація – інституційні одиниці, що створені спеціально з метою ринкового виробництва товарів та послуг і є джерелом прибутку чи іншої фінансової вигоди для своїх власників. Квазікорпорація – унітарні підприємства, тобто такі, що створюються одним засновником (власником), а в усьому іншому не відрізняються від корпорацій.

* *Примітка:* складено на основі джерела: [12].

Інституційна безпека підприємства – це його захищеність від загроз інституційного середовища бізнесу, деструктивними наслідками яких є дисфункції цілісної господарської системи, її дестабілізація, руйнування та ліквідація як інституційної форми бізнесу. Інституційна безпека підприємства спрямована на захист його функціонування та розвитку як:

– економічного інституту й інституційної одиниці національної економіки. З одного боку, національна економічна безпека, основними складовими якої є фінансова, виробнича, зовнішньоекономічна, інвестиційно-інно-

ваційна, макроекономічна безпеки країни, є умовою та чинником забезпечення захищеності господарської діяльності та розвитку підприємств. Її рівень безпосередньо впливає на економічну безпеку підприємств у цілому та інституційну безпеку зокрема, може як сприяти, так і перешкоджати їх захисту від загроз і ризиків макро- та мікросередовища бізнесу як об'єкту національної економічної безпеки. З іншого боку, від рівня інституційної безпеки підприємств залежить досягнення цілей національної економічної безпеки;

– цілісної господарської системи, що характеризується цілями, структурою, взаємопов'язаними сферами та видами господарської діяльності, ресурсами, компетенціями, результатами, внутрішнім середовищем і діє в зовнішньому середовищі, що може сприяти / перешкоджати його сталому розвитку, досягненню цілей бізнесу й реалізації інтересів його стейкхолдерів;

– єдиного майнового комплексу, що використовується для здійснення підприємницької діяльності. До складу підприємства як єдиного майнового комплексу входять усі види майна, призначені для його діяльності, включаючи земельні ділянки, будівлі, споруди, устаткування, інвентар, сировину, продукцію, права вимоги, борги, а також право на торговельну марку або інше позначення та інші права, якщо інше не встановлено договором або законом. Підприємство як єдиний майновий комплекс є нерухомістю [13];

– суб'єкта комерційної господарської діяльності – юридичної особи. Це організація, суб'єкт права, здатний від свого імені набувати майнових і особистих немайнових прав і нести обов'язки та самостійно брати участь у правовідносинах, бути позивачем і відповідачем у суді [14].

Підприємство в процесі господарської діяльності є учасником комплексу правовідносин, має певні права та виконує обов'язки як юридична особа.

Правосуб'єктність підприємства – це його можливість та здатність мати та реалізувати права й обов'язки відповідно до норм чинного законодавства.

По-перше, підприємство як юридична особа є учасником *цивільних правовідносин* – особистих немайнових і майнових відносин, що ґрунтуються на юридичній рівності, вільному волевиявленні, майновій самостійності їх учасників. Підприємство має:

– цивільну правоздатність (цивільні права й обов'язки). «Юридична особа здатна мати такі ж цивільні права та обов'язки (цивільну правоздатність), як і фізична особа, крім тих, які за своєю природою можуть належати лише людині» [14];

– цивільну дієздатність. «Юридична особа набуває цивільних прав та обов'язків і здійснює їх через свої органи, які діють відповідно до установчих документів та закону» [14].

По-друге, підприємство здійснює господарську діяльність, реалізуючи *господарську компетенцію* (сукупність господарських прав і обов'язків), має відокремлене майно і несе відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством [13]. Господарська правосуб'єктність (господарська компетенція) як сукупність установлених законодавством і набутих у господарських правовідносинах прав і обов'язків [15] є сутнісною ознакою підприємства, що характеризує його правовий статус як суб'єкта господарювання – юридичної особи.

Господарська компетенція підприємства:

1) встановлюється актами державного регулювання бізнесу, що в сукупності формують правове поле, у межах якого воно функціонує та розвивається як суб'єкт підприємництва – юридична особа;

2) права та обов'язки підприємства, що в сукупності формують його господарську компетенцію, визначаються в процесі господарських відносин, сферу яких становлять господарсько-виробничі, організаційно-господарські та внутрішньогосподарські відносини [13].

По-третє, підприємство є учасником трудових (в особі керівників-роботодавців), фінансових, податкових, земельних та інших правовідносин, що регулюються нормами трудового, фінансового, податкового, земельного права України тощо.

Отже, інституційна безпека, що спрямована на захист прав підприємства як юридичної особи, тісно пов'язана з його правовою безпекою.

Правова безпека – це захищеність підприємства як учасника врегульованих нормами чинного законодавства правовідносин (цивільних, господарських, трудових, земельних, податкових та ін.) від деструктивного впливу загроз і ризиків зовнішнього та внутрішнього середовища бізнесу з метою забезпечення досягнення його цілей у межах правового поля господарської діяльності. Метою правової безпеки є забезпечення захисту можливостей і здатностей підприємства бути ефективним учасником правовідносин у межах правового поля, визначеного нормами чинного законодавства. Правова безпека підприємства спрямована на забезпечення правомірної економічної поведінки підприємства. «Правова безпека підприємства орієнтована на постійне забезпечення відповідності його діяльності чинному законодавству й виражається у відсутності претензій з боку правоохоронних органів або контрагентів до нього» [16, с. 120].

Слід підкреслити, що не слід ототожнювати правову й інституційну безпеки підприємства.

Підприємницька діяльність здійснюється в інституційному середовищі, що характеризується певним інституційним порядком як «формально-функ-

ціональною сукупністю факторів, правил, які визначають загальні й ситуативно-конкретні "правила гри", за яким відбувається взаємодія економічних агентів у процесі інституційного, ринкового, суспільного обміну» [11, с. 84]. Діяльність підприємства здійснюється під впливом не тільки норм певного правового режиму бізнесу (офіційних «правил гри», санкціонованих державою), а й соціальних норм і правил, визнаних суспільством чи певними соціальними групами, що не є закріпленими нормами права офіційними правилами.

Стабільність інституційного порядку є умовою безпеки підприємства як суб'єкта господарської діяльності, його адаптованості до соціальних норм та правил підприємництва, що визнані та контролюються суспільством. Радикальні зміни «правил гри» й зумовлені цим кризи інституційного порядку є загрозами щодо існування, функціонування та розвитку бізнесу.

Саме інституційна безпека підприємства забезпечує відповідність його господарської діяльності визнаним суспільством соціальним нормам, у тому числі нормам чинного законодавства, і сприяє адаптації господарської системи до змін інституційного середовища бізнесу. У свою чергу, заходи правової безпеки забезпечують досягнення цілей інституційної безпеки підприємства.

В умовах воєнного часу господарська діяльність підприємств характеризується:

– зростанням ризиків і втрат надзвичайної діяльності;

– здійсненням основної діяльності в умовах значного посилення загроз форс-мажорних обставин;

– здійсненням операційної діяльності в умовах значних ресурсних (матеріальних, нематеріальних, фінансових, людських) обмежень і втрат;

– зростанням ризиків втрат виробничого потенціалу, кадрових ризиків, ризиків переривання виробничого циклу;

– зростанням фінансових та інвестиційних ризиків і втрат тощо.

За даними опитування, проведеного в період 25.05–10.06.2022 Центром розвитку інновацій, Офісом з розвитку підприємництва та експорту, національним проєктом «Дія.Бізнес» спільно з Advanter Group за підтримки Європейського Союзу та в межах Ініціативи для відновлення економіки, розвитку підприємництва та експорту України, 28% власників і CEO українських бізнесів (877 учасників опитування) повідомили про призупинення діяльності (порівнюючи з довоєнним періодом), ще 25% – працюють, але не на повну потужність. Основні причини, що заважають бізнесу під час війни: відсутність достатньої кількості клієнтів, капіталу, непрогнозованість ситуації в Україні, зруйнованість ланцюгів постачання тощо [17] (табл. 2).

Таблиця 2

Основні перешкоди бізнесу під час воєнного стану [17]

Основні перешкоди	Оцінка представниками бізнесу, залученими до опитування (877 власників та CEO бізнесів)
Відсутність достатньої кількості клієнтів	62%
Непрогнозованість ситуації в Україні	48%
Відсутність достатнього капіталу	43%
Непередбачувані дії держави	29%
Недоступність кредитних коштів	28%
Зруйнованість ланцюгів постачання	26%
Неефективна, довга, дорога логістика	23%
Клієнти не розраховуються	23%
Відсутність підтримки на рівні України	16%
Відсутність експертизи в експорті	15%
Високі податки та збори	15%
Відсутність сировини, матеріалів тощо	14%
Перешкоди з боку державних / фіскальних органів	12%
Відсутність кадрів	10%

В умовах викликів, загроз і ризиків ведіння бізнесу в період воєнного часу забезпечення економічної безпеки підприємства в цілому та його інституційної безпеки зокрема повинне бути спрямоване на його *збереження* як цілісної господарської системи, суб'єкта підприємництва – юридичної особи. Тобто забезпечення інституційної безпеки є першочерговим завданням усіх складових системи економічної безпеки підприємства.

Слід підкреслити, що:

– збереження бізнесу та його захист від руйнівного впливу загроз і ризиків воєнного часу – це взаємопов'язані процеси забезпечення економічної безпеки підприємства: збереження бізнесу – це обов'язкова умова його безпеки; у свою чергу досягнення необхідного рівня захисту бізнесу – це мета всіх заходів, спрямованих на його збереження;

– збереження бізнесу – це не кінцева мета економічної безпеки підприємства в умовах воєнного часу, а початковий етап забезпечення захищеності підприємства, на якому формуються його можливості та здатність до адаптації бізнесу до нових умов господарювання, інституційних викликів, до реалізації програм відновлення та розвитку бізнесу в майбутньому.

В умовах воєнного часу збереження підприємства як мета інституційної безпеки є умовою економічної безпеки бізнесу, його адаптації до нового господарського порядку, відновлення та розвитку в майбутньому (рис. 1).

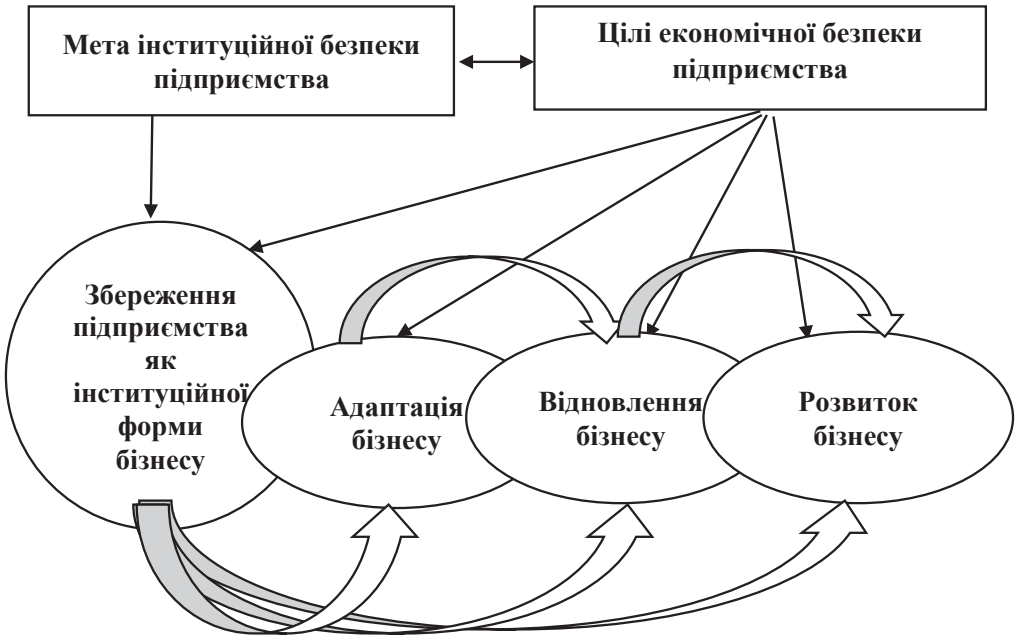


Рис. 1. Взаємозв'язок цілей інституційної та економічної безпеки підприємства в умовах воєнного часу

Збереження бізнесу в умовах воєнного часу базується на здійсненні комплексу заходів забезпечення *інституційної безпеки* підприємства, що спрямована на його збереження як відокремленого (економічно, технологічно, юридично), самостійного суб'єкта господарської діяльності – юридичної особи та цілісної господарської системи від руйнівного впливу загроз і ризиків ведіння бізнесу в умовах воєнного часу. На забезпечення інституційної безпеки підприємства орієнтовані всі складові системи економічної безпеки.

По-перше, заходи інституційної безпеки підприємства спрямовані на *забезпечення збереження його статусу як самостійного суб'єкта підприємництва – юридичної особи*, учасника цивільних, господарських та інших правовідносин.

В умовах воєнного часу інституційному середовищу українського бізнесу притаманні кардинальні зміни, пов'язані з:

1) введенням в Україні правового режиму воєнного стану з 24 лютого 2022 р. Указом Президента України «Про введення воєнного стану в Україні» від 24 лютого 2022 р. № 64/2022 у зв'язку з російською військовою агресією проти України [18] та його продовженням [19–22]. Воєнний стан – це особливий правовий режим, що передбачає надання відповідним органам дер-

жавної влади, військовому командуванню, військовим адміністраціям і органам місцевого самоврядування повноважень, необхідних для відвернення загрози, відсічі збройної агресії та забезпечення національної безпеки, усунення загрози небезпеки державній незалежності України, її територіальній цілісності, а також тимчасове, зумовлене загрозою, обмеження конституційних прав і свобод людини і громадянина та прав і законних інтересів юридичних осіб із зазначенням строку дії цих обмежень [23];

2) прийняттям нових законодавчих актів, змін і доповнень до актів чинного законодавства. За період 24 лютого – 21 червня 2022 року Верховною Радою України було ухвалено 122 закони й 75 постанов. З них економічній політиці присвячено 42 документи, правовій політиці – 36, безпеці й обороні – 26, галузевому розвитку – 24, соціальній політиці – 14 [24].

В умовах радикальних змін інституційного порядку ведіння бізнесу інституційна безпека підприємства повинна бути орієнтована на забезпечення захисту й адекватної реалізації в господарській діяльності цивільних прав, обов'язків і господарських компетенцій підприємства як юридичної особи. На це насамперед спрямована така її складова, як правова безпека, метою якої є збереження бізнесу шляхом забезпечення відповідності господарської діяльності підприємства нормам правового режиму воєнного стану.

По-друге, інституційна безпека підприємства передбачає його збереження як єдиного майнового комплексу. В умовах воєнного часу одним з основних заходів забезпечення інституційної безпеки підприємства, його збереження є релокація бізнесу – переміщення підприємства, його майна, виробничих потужностей на безпечні території [25]. Станом на 15 липня 2022 р. за програмою релокації в безпечні регіони перемістили 678 українських підприємств. Із них 68% (467 підприємств) уже відновили свою роботу. Серед підприємств, які вже відновили свою діяльність на новому місці, найбільшу частку складають підприємства оптової та роздрібної торгівлі, ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів (38,7%), переробної промисловості (33,1%), інформації та телекомунікації (5,9%), професійної, наукової та технічної діяльності (5,3%) [26]. «Після завершення бойових дій підприємства повернуться на первинні локації та стануть драйверами відбудови економіки в громадах» [27].

Релокація бізнесу спирається на заходи *техніко-технологічної, виробничої, інформаційної, кадрової, правової, силової (фізичної) безпеки*. Значну підтримку збереженню підприємств шляхом їх релокації надає держава. Міністерство економіки України здійснює Програму релокації підприємств, що включає підтримку бізнесу з підбору місця розташування для потужностей підприємства; допомогу з перевезенням на нову локацію; сприяння в розсе-

ленні працівників і пошуку нових співробітників; підтримку у відновленні логістики, закупівлі сировини та пошуку ринків збуту [28]. Постанова Кабінету Міністрів України від 17 березня 2022 р. № 305 «Про особливості роботи акціонерного товариства «Укрпошта» в умовах воєнного стану» регламентує безоплатне перевезення майна вітчизняних підприємств, установ і організацій згідно з переліком, який формується Міністерством економіки України і передається до Міністерства інфраструктури України [29].

По-третє, інституційна безпека підприємства в умовах воєнного часу орієнтована на його *збереження як цілісної господарської системи*, що забезпечується як релокацією (повною чи частковою) бізнесу, так і його *перепрофілюванням* – зміною видів господарської, зокрема операційної, діяльності. «Рішення щодо перепрофілювання є прикладом боротьби в тилу, яке не лише дозволяє продовжити функціонування підприємства, а й напряму допомагає ЗСУ. Безумовно, такі підприємства – це свідомий, проактивний бізнес, який задає тенденції на ринку» [30].

По-четверте, забезпечення інституційної безпеки підприємства в умовах воєнного стану базується на заходах збереження його персоналу, спрямованих на безпеку інтелектуально-кадрового потенціалу бізнесу. Заходами інституційної безпеки в цьому напрямі є релокація та перепрофілювання трудових функцій працівників підприємств, можливість надання працівнику відпустки в період дії воєнного стану без збереження заробітної плати [31], укладення трудових договорів із нефіксованим робочим часом, широке застосування моделей фрилансу. На період дії воєнного стану роботодавець має право перевести працівника на іншу роботу, не обумовлену трудовим договором, без його згоди (за виключенням переведення на роботу в іншу місцевість, де тривають активні бойові дії), за таких умов: якщо вона не протипоказана працівникові за станом здоров'я; лише для відвернення або ліквідації наслідків бойових дій, а також інших обставин, які ставлять або можуть поставити під загрозу життя чи нормальні життєві умови людей; з оплатою праці за виконану роботу, але не нижчою, ніж середній заробіток за попередньою роботою [31]. У цьому напрямі інституційна безпека підприємства забезпечується заходами *кадрової, правової, силової (фізичної) безпеки.*

По-п'яте, заходи інституційної безпеки підприємства в умовах воєнного часу спрямовані на збереження та захищеність його *взаємодії з контрагентами бізнесу* як суб'єкта відносин з постачальниками, посередниками, покупцями продукції, банками, страховими компаніями, інвесторами тощо. Інституційна безпека забезпечується заходами *інтерфейсної, ринкової, фінансової, інвестиційної безпеки*, спирається на збереження наявних і пошуки нових контрагентів, оцінювання їх надійності.

По-шосте, збереження бізнесу передбачає *захищеність і відновлення його фінансових ресурсів та грошових потоків*. У цьому аспекті інституційна безпека забезпечується заходами грошово-кредитної, бюджетно-податкової, страхової, банківської, інвестиційної, фондової складових фінансової безпеки підприємства.

Висновки. Інституційна безпека підприємства – це його захищеність від деструкції, руйнування та ліквідації як інституційної одиниці національної економіки, самостійного суб'єкта господарювання. Захист підприємства як об'єкта інституційної безпеки спрямований на забезпечення його захищеності як економічного інституту в умовах загроз і викликів інституційного середовища бізнесу та його трансформацій.

Загрози та ризики, пов'язані з недосконалістю, суперечливістю, частими радикальними змінами формальних і неформальних соціальних норм, що формують інституційне середовище бізнесу, мають деструктивний вплив на захищеність господарської системи. Завданням інституційної безпеки підприємства щодо його економічної безпеки є забезпечення його захищеності від небезпек, притаманних інституційному середовищу ведіння бізнесу в поточному й довгостроковому періодах.

Інституційна безпека є умовою та чинником досягнення цілей системи економічної безпеки підприємства в цілому та її складових. У свою чергу всі підсистеми економічної безпеки спрямовані на забезпечення безпеки підприємства як інституційної форми підприємництва.

Правова безпека, метою якої є забезпечення захисту можливостей і здатностей підприємства бути ефективним учасником правовідносин у межах правового поля, визначеного нормами чинного законодавства, є складовою інституційної безпеки.

В умовах воєнного часу забезпечення економічної безпеки підприємства повинне бути спрямоване на його збереження як цілісної господарської системи, самостійного суб'єкта підприємництва – юридичної особи і залежить від ефективності заходів інституційної безпеки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ілляшенко О. В. Механізми системи економічної безпеки підприємства : монографія. Харків : Мачулін, 2016. 540 с.
2. Парфентій Л. А. Управління фінансовою безпекою підприємств в умовах економічної нестабільності : монографія. Суми : Мрія, 2019. 184 с.
3. Рибальченко Л. В., Рижков Е. В., Тютченко С. М., Гавриш О. С., Варяниченко А. О. Безпека підприємництва : монографія. Дніпро : Вид. Біла К. О., 2020. 180 с.
4. Економічна безпека підприємства : підручник / за заг. ред. А. М. Дідика. Львів : Львів. політехніка : Видав. група «Бухгалтери України», 2019. 624 с.

5. Небава М. І., Міронова Ю. В. Економічна безпека підприємства : навч. посіб. Вінниця : ВНТУ, 2017. 73 с.
6. Панченко В. А. Місце кадрової безпеки в системі економічної безпеки підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 21, ч. 2. С. 53–60. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/21_2_2018ua/13.pdf (дата звернення: 18.07.2022).
7. Утенкова К. О. Дестабілізуючі чинники зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства та їх вплив на економічну безпеку. *Економіка та держава*. 2019. № 8. С. 44–50. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.8.44.
8. Гбур З. В. Інституційне забезпечення економічної безпеки України. *Інвестиції: практика та досвід.* 2018. № 3. С. 98–102. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/3_2018/22.pdf (дата звернення: 18.07.2022).
9. Білько С. Інституційне забезпечення інформаційної безпеки України. *Економіка і регіон.* 2021. № 3 (82). С. 36–41. DOI: https://doi.org/10.26906/EiR.2021.3(82).2361.
10. Колесніков А. П. Інституційно-інноваційний базис зміцнення економічної безпеки підприємств. *Ефективна економіка*. 2019. № 4. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.4.45.
11. Шпикуляк О. Г., Прутська О. О. Інституційна безпека економічних агентів і ринковий механізм. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2016. № 5. С. 80–93. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efmapnp_2016_5_9 (дата звернення: 18.07.2022).
12. Про затвердження Класифікації інституційних секторів економіки України : наказ Держ. служби статистики України від 03.12.2014 № 378. URL: https://zakononline.com.ua/documents/show/66750___66750 (дата звернення: 18.07.2022).
13. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15 (дата звернення: 18.07.2022).
14. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15 (дата звернення: 18.07.2022).
15. Андрійчук Б. І., Тімофєєва Т. С. Господарська правосуб'єктність. URL: http://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/45-p-yatnadtsyata-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/279-gospodarska-pravosub-ektnist (дата звернення: 18.07.2022).
16. Беззубов Д. О. Правова безпека підприємства в Україні (господарсько-правовий аспект). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnau_2015_3_23 (дата звернення: 18.07.2022).
17. Стан та потреби бізнесу в Україні: відмінності в оцінках місцевої влади та бізнесу. URL: https://decentralization.gov.ua/news/15213 (дата звернення: 18.07.2022).
18. Про введення воєнного стану в Україні : Указ Президента України від 24.02.2022 № 64/2022. URL: https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397 (дата звернення: 18.07.2022).
19. Про продовження строку дії воєнного стану в Україні : Указ Президента України від 14.03.2022 № 133/2022. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/133/2022 (дата звернення: 18.07.2022).
20. Про продовження строку дії воєнного стану в Україні : Указ Президента України від 18.04.2022 № 259/2022. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/259/2022 (дата звернення: 18.07.2022).

21. Про продовження строку дії воєнного стану в Україні : Указ Президента України від 17.05.2022 № 341/2022. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/341/2022 (дата звернення: 18.07.2022).
22. Про правовий режим воєнного стану : Закон України від 12.05.2015 № 389-VIII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19 (дата звернення: 18.07.2022).
23. Закони воєнного часу: які рішення ухвалила Рада за чотири місяці. URL: https://lb.ua/news/2022/07/05/522179_zakoni_voiennogo_chasu_yaki_rishennya.html (дата звернення: 18.07.2022).
24. Про затвердження плану невідкладних заходів з переміщення у разі потреби виробничих потужностей суб'єктів господарювання з територій, де ведуться бойові дії та/або є загроза бойових дій, на безпечну територію : розпорядж. Каб. Міністрів України від 25.03.2022 № 246-р. URL: https://ecolog-ua.com/news/pro-zatverdzhennya-planu-nevidkladnyh-zahodiv-z-peremishchennya-u-razi-potreby-vyrobnychyh (дата звернення: 18.07.2022).
25. Релокація бізнесу: у безпечних регіонах відновили роботу понад 460 підприємств. URL: https://mind.ua/news/20244483-relokaciya-biznesu-u-bezpechnih-regionah-vidnovili-robotu-ponad-460-pidpriemstv (дата звернення: 18.07.2022).
26. Шматковська Т. Релокейт підприємств у системі допомоги бізнесу в умовах воєнного стану. URL: https://vnu.edu.ua/uk/news/relokeyt-pidpryyemstv-u-systemi-dopomohy-biznesu-v-umovakh-voyennoho-stanu (дата звернення: 18.07.2022).
27. Програма релокації підприємств. *Міністерство економіки України* : офіц. вебсайт. URL: https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e766cf9-f3ca-4121-8679-e4853640a99a&title=ProgramaRelokatsiiPidprimstv (дата звернення: 18.07.2022).
28. Про особливості роботи акціонерного товариства «Укрпошта» в умовах воєнного стану : постанова Каб. Міністрів України від 17.03.2022 № 305. URL: https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-osoblivosti-roboti-akcionernogo-tovaristva-ukrposhta-v-umovah-voyennogo-stanu-305 (дата звернення: 18.07.2022).
29. Перепрофілювання та релокація підприємства на період воєнного стану: поради юриста. URL: https://biz.ligazakon.net/analitycs/210399_pereproflyuvannya-ta-relokatsya-pdprimstva-na-perod-vonnogo-stanu-poradi-yurista (дата звернення: 18.07.2022).
30. Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану : Закон України від 15.03.2022 № 2136-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2136-20 (дата звернення: 18.07.2022).
31. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо врегулювання трудових відносин з нефіксованим робочим часом : Закон України від 18.07.2022 № 2421-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2421-IX (дата звернення: 21.07.2022).

REFERENCES

1. Illiashenko, O. V. (2016). *Mekhanizmy systemy ekonomichnoi bezpeky pidpryiemstva [Mechanisms of the economic security system of the enterprise].* Machulin [in Ukrainian].
2. Parfentii, L. A. (2019). *Upravlinnia finansovoiu bezpekoiu pidpryiemstv v umovakh ekonomichnoi nestabilnosti [Management of financial security of enterprises in conditions of economic instability].* Mriia [in Ukrainian].

3. Rybalchenko, L. V., Ryzhkov, E. V., Tiutchenko, S. M., Havrysh, O. S., & Varianychenko, A. O. (2020). *Bezpeka pidpryiemnytstva [Entrepreneurship security]*. Vydavets Bila K. O. [in Ukrainian].
4. Didyk, I. A. (Ed.). (2019). *Ekonomichna bezpeka pidpryiemstva [Economic security of the enterprise]*. Lvivska politekhnika, Vydavnycha hrupa "Bukhhaltery Ukrainy" [in Ukrainian].
5. Nebava, M. I., & Mironova, Yu. V. (2017). *Ekonomichna bezpeka pidpryiemstva [Economic security of the enterprise]*. VNTU [in Ukrainian].
6. Panchenko, V. A. (2018). Mistse kadrovoi bezpeky v systemi ekonomichnoi bezpeky pidpryiemstv [Place of personnel security in the system of economic security of enterprises]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriia: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo – Uzhorod National University Herald. International Economic Relations And World Economy*, *21(2)*, 53–60. http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/21_2_2018ua/13.pdf [in Ukrainian].
7. Utenkova, K. O. (2019). Destabilizuiuchi chynnyky zovnishnoho i vnutrishnoho seredovyshcha pidpryiemstva ta yikh vplyv na ekonomichnu bezpeku [Destabilizing factors of the external and internal environment of the enterprise and their effect on economic security]. *Ekonomika ta derzhava – Economics and state*, *8*, 44–50. https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.8.44 [in Ukrainian].
8. Hbur, Z. V. (2018). Instytutsiine zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky Ukrainy [Institutional support of Ukraine's economic security]. *Investytsii: praktyka ta dosvid – Investments: practice and experience*, *3*, 98–102. http://www.investplan.com.ua/pdf/3_2018/22.pdf [in Ukrainian].
9. Bilko, S. (2021). Instytutsiine zabezpechennia informatsiinoi bezpeky Ukrainy [Institutional support of Ukraine's information security]. *Ekonomika i rehion – Economics and Region*, *3*(82), 36–41. https://doi.org/10.26906/EiR.2021.3(82).2361 [in Ukrainian].
10. Kolesnikov, A. P. (2019). Instytutsiino-innovatsiinyi bazys zmitsnennia ekonomichnoi bezpeky pidpryiemstv [Institutional and innovation basis for strengthening the economic security of enterprises]. *Efektyvna ekonomika – Efficient economy*, *4.* https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.4.45 [in Ukrainian].
11. Shpykuliak, O. H., & Prutska, O. O. (2016). Instytutsiina bezpeka ekonomichnykh ahentiv i rynkovyi mekhanizm [Institutional security of economic agents and market mechanism]. *Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky – Economy. Finances. Management: Topical issues of science and practice*, *5*, 80–93. http://nbuv.gov.ua/UJRN/efmapnp_2016_5_9 [in Ukrainian].
12. Pro zatverdzhennia Klasyfikatsii instytutsiinykh sektoriv ekonomiky Ukrainy: Nakaz Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy vid 03.12.2014 No. 378 [On approval of the classification of institutional sectors of the economy of Ukraine: Order of the State Statistics Service of Ukraine dated December 03, 2014]. https://zakononline.com.ua/documents/show/66750___66750 [in Ukrainian].
13. Hospodarskyi kodeks Ukrainy vid 16.01.2003 No. 436-IV [Commercial Code of Ukraine dated January 16, 2003]. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15 [in Ukrainian].

14. Tsyvilnyi kodeks Ukrainy vid 16.01.2003 No. 435-IV [Civil Code of Ukraine dated January 16, 2003]. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15 [in Ukrainian].
15. Andriichuk, B. I., & Timofieieva, T. S. (n.d.). *Hospodarska pravosubiektnist [Economic legal personality]*. http://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/45-p-yatnadtsyata-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/279-gospodarska-pravosub-ektnist [in Ukrainian].
16. Bezzubov, D. O. (2015). *Pravova bezpeka pidpryiemstva v Ukraini (hospodarsko-pravovyi aspekt) [Legal security of the enterprise in Ukraine (economic and legal aspect)]*. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnau_2015_3_23 [in Ukrainian].
17. *Stan ta potreby biznesu v Ukraini: vidminnosti v otsinkakh mistsevoi vlady ta biznesu [Business Status and needs in Ukraine: Differences in local and business assessments]*. (2022, July 13). https://decentralization.gov.ua/news/15213 [in Ukrainian].
18. Pro vvedennia voiennoho stanu v Ukraini: Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 24.02.2022 No. 64/2022 [On the introduction of martial law in Ukraine: Presidential Decree dated February 24, 2022]. https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397 [in Ukrainian].
19. Pro prodovzhennia stroku dii voiennoho stanu v Ukraini: Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 14.03.2022 No. 133/2022 [On the extension of martial law in Ukraine: Presidential Decree dated March 14, 2022]. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/133/2022 [in Ukrainian].
20. Pro prodovzhennia stroku dii voiennoho stanu v Ukraini: Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 18.04.2022 No. 259/2022 [On the extension of martial law in Ukraine: Presidential Decree dated April 18, 2022]. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/259/2022 [in Ukrainian].
21. Pro prodovzhennia stroku dii voiennoho stanu v Ukraini: Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 17.05.2022 No. 341/2022 [On the extension of martial law in Ukraine: Presidential Decree dated May 17, 2022]. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/341/2022 [in Ukrainian].
22. Pro pravovyi rezhym voiennoho stanu: Zakon Ukrainy vid 12.05.2015 No. 389-VIII [About the legal regime of martial law: Law of Ukraine dated May 12, 2015]. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19 [in Ukrainian].
23. *Zakony voiennoho chasu: yaki rishennia ukhvalyla Rada za chotyry misiatsi [The laws of wartime: What decisions the Council has made in four months]*. (2022, July 7). https://lb.ua/news/2022/07/05/522179_zakoni_voiennogo_chasu_yaki_rishennya.html [in Ukrainian].
24. Pro zatverdzhennia planu nevidkladnykh zakhodiv z peremishchennia u razi potreby vyrobnychykh potuzhnostei subiektiv hospodariuvannia z terytorii, de vedutsia boiovi dii ta/abo ye zahroza boiovykh dii, na bezpechnu terytoriiu: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 25.03.2022 No. 246-r [On approval of the plan of urgent measures to move in the case of production capacity of economic entities from the territories where hostilities and/or there is a threat of hostilities, to a safe territory: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated March 3, 2022]. https://ecolog-ua.com/news/pro-zatverdzhennya-planu-nevidkladnyh-zahodiv-z-peremishchennya-u-razi-potreby-vyrobnychyh [in Ukrainian].
25. *Relokatsiia biznesu: u bezpechnykh rehionakh vidnovyly robotu ponad 460 pidpryiemstv [Business Relocation: More than 460 enterprises have been resumed in safe regions]*.

(2022, July 17). https://mind.ua/news/20244483-relokaciya-biznesu-u-bezpechnih-regionah-vidnovili-robotu-ponad-460-pidpriemstv [in Ukrainian].
26. Shmatkovska, T. (n.d.*). Relokeit pidpryiemstv u systemi dopomohy biznesu v umovakh voiennoho stanu [Relocate of enterprises in the business assistance system in the conditions of martial law].* https://vnu.edu.ua/uk/news/relokeyt-pidpryyemstv-u-systemi-dopomohy-biznesu-v-umovakh-voyennoho-stanu [in Ukrainian].
27. Ministry of Economy of Ukraine. (2022, March 24). *Prohrama relokatsii pidpryiemstv [Enterprise relocation program].* https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e766cf9-f3ca-4121-8679-e4853640a99a&title=ProgramaRelokatsiiPidprimstv [in Ukrainian].
28. Pro osoblyvosti roboty aktsionernoho tovarystva "Ukrposhta" v umovakh voiennoho stanu: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 17.03.2022 No. 305 [On the peculiarities of the work of the joint-stock company "Ukrposhta" in the conditions of martial law: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated March 17, 2022]. https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-osoblivosti-roboti-akcionernogo-tovaristva-ukrposhta-v-umovah-voyennogo-stanu-305 [in Ukrainian].
29. *Pereprofiliuvannia ta relokatsiia pidpryiemstva na period voiennoho stanu: porady yurysta [Re-profiling and relocation of the enterprise for the martial law: Tips of lawyer].* (2022, April 22). https://biz.ligazakon.net/analitycs/210399_pereproflyuvannya-ta-relokatsya-pdprimstva-na-perod-vonnogo-stanu-poradi-yurista [in Ukrainian].
30. Pro orhanizatsiiu trudovykh vidnosyn v umovakh voiennoho stanu: Zakon Ukrainy vid 15.03.2022 No. 2136-IX [On the organization of labor relations in the conditions of martial law. Law of Ukraine dated March 15, 2022]. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2136-20 [in Ukrainian].
31. Pro vnesennia zmin do deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo vrehuliuvannia trudovykh vidnosyn z nefiksovanym robochym chasom: Zakon Ukrainy vid 18.07.2022 No. 2421-IX [On amendments to some legislative acts of Ukraine on regulation of labor relations with unfixed working hours: Law of Ukraine dated July 18, 2022]. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2421-IX [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 22.07.2022
Стаття пройшла рецензування 15.08.2022
Стаття рекомендована до опублікування 29.08.2022

O. S. MARCHENKO
Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Economic Theory Department, Yaroslav Mudryi National Law University, Ukraine, Kharkiv

ENTERPRISE'S INSTITUTIONAL SECURITY AND ITS ENSURING IN WARTIME CONDITIONS

Problem setting. Goals, tasks, and mechanisms of economic security of enterprises in general and each of its components, in particular institutional security, change significantly

during wartime. This is a factor in the actualization of research on the conceptual foundations of the enterprise's institutional security and measures for its provision.

Recent research and publication analysis. Firstly, the theoretical foundations and essential characteristics of the enterprise's institutional security, and secondly, its role in ensuring the security of the functioning and development of enterprises as integral economic systems from the destructive influence of threats and risks of radical changes in the institutional environment of business have not yet received systematic justification and disclosure.

Paper objective. The purpose of the article is to substantiate the content, main characteristics, and role of enterprise's institutional security in ensuring its economic security and to determine the main directions of institutional security of business in wartime conditions.

Paper main body. Achieving the goal of the research included the following stages: revealing the characteristics of the enterprise as an institutional form of entrepreneurship and an institutional unit of the national economy; definition of the concept of enterprise's institutional security, its main objects, and tasks; disclosure of the relationship between institutional and economic security of the enterprise; comparative analysis of institutional and legal security of the enterprise; justification of the purpose, main directions, and measures for ensuring the enterprise's institutional security in wartime conditions.

Enterprise as a separated economically, technically and technologically, legally independent subject of commercial economic activity is an economic institute, an institutional form of entrepreneurship, and an institutional unit of the national economy.

Enterprise's institutional security is its protection from threats of the institutional business environment, the destructive consequences of which are dysfunctions of an integrated economic system, its destruction, and liquidation as an institutional form of business.

Enterprise's institutional security is aimed at protecting its functioning and development as:

– economic institute and institutional unit of the national economy;

– an integrated economic system operating in the external environment, the elements of which can help/hinder its sustainable development, the achievement of business goals, and the realization of the interests of its stakeholders;

– a single property complex used for entrepreneurial activity;

– subject of commercial economic activity-legal entity.

Institutional security is closely related to its legal security, the purpose of which is to ensure the protection of the company's opportunities and abilities to be an effective participant in legal relations within the legal field defined by the norms of the current legislation. Enterprise's institutional security ensures the compliance of its economic activity with social norms recognized by society, including legal norms. In turn, legal security measures ensure the achievement of the goals of enterprise's institutional security.

In wartime conditions the economic activity of enterprises is characterized by the growth of risks and losses of extraordinary activity; by the implementation of the main activity in conditions of a significant increase in the threat of force majeure; by the implementation of operational activities in conditions of significant resource (material, non-material, financial, human) restrictions and losses; by the growth of risks of loss of production potential, personnel risks, risks of interruption of the production cycle; by the growth of financial and investment risks and losses, etc.

In the conditions of challenges, threats, and risks of conducting business during wartime, ensuring institutional security should be aimed at preserving the enterprise as an integral economic system, a business entity – a legal entity, and an institutional business unit.

Preservation of the enterprise as an institutional form of entrepreneurship is ensured by relocation (full or partial) of the business; its repurposing, namely changing the types of economic, in particular, operational activity; measures to preserve its personnel, aimed at the security of the intellectual and personnel potential of the business; measures of an interface, market, financial, investment security aimed at preserving existing and searching for new counterparties, restoring financial resources, cash flows, and others.

Conclusion of the research. Threats and risks associated with imperfection, inconsistency, frequent/radical changes in formal and informal social norms that form the institutional business environment have a destructive effect on the security of the economic system. The task of the enterprise's institutional security in terms of its economic security is to ensure its protection from the dangers inherent in the institutional environment of conducting business in the current and long-term periods.

Short abstract for an article

Abstract. The concept of enterprise's institutional security is defined and its relationship with legal security is disclosed. The place and role of institutional security in the system of economic security of the enterprise is substantiated. It is proved that in wartime conditions, the goal of enterprise's institutional security is its preservation as an integral economic system and institutional form of entrepreneurship.

Key words: the enterprise as an institutional unit of the national economy, institutional business environment, enterprise's institutional security, system of economic security of the enterprise, legal security, integral economic system, relocation of the enterprise, wartime.

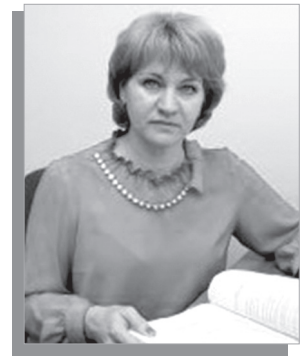
Article details:
Received: 22 July 2022
Revised: 15 August 2022
Accepted: 29 August 2022

Рекомендоване цитування: Марченко О. С. Інституційна безпека підприємства та її забезпечення в умовах воєнного часу. *Економічна теорія та право*. 2022. №3 (50). С. 86–105. DOI: https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-86.

Suggested citation: Marchenko, O. S. (2022). Instytutsiina bezpeka pidpryiemstva ta yii zabezpechennia v umovakh voiennoho chasu [Enterprise's institutional security and its ensuring in wartime conditions]. *Ekonomichna teoriia ta pravo – Economic Theory and Law*, *3*(50), 86–105. https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-86 [in Ukrainian].

DOI: https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-106
УДК 330.59:343.973

М. В. ІВАЩЕНКО
кандидатка економічних наук,
доцентка, доцентка кафедри економічної теорії
Національного юридичного університету
імені Ярослава Мудрого, Україна, м. Харків
e-mail: m.v.ivaschenko@nlu.edu.ua
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-6078-1783



ЕКОНОМІЧНЕ ПІДҐРУНТЯ ЗЛОЧИННОСТІ ТА СУСПІЛЬНІ ВИТРАТИ НА ПОКАРАННЯ ЗЛОЧИНЦІВ[1]

У статті простежено та розраховано на основі аналітико-статистичних матеріалів залежність рівня злочинності в країні від економічних чинників – рівня безробіття, динаміки середнього доходу й подушового ВВП, витрат бюджету на фінансування правоохоронних органів. Узагальнено прямі й непрямі економічні втрати злочинця в результаті настання санкцій та суспільства від наявної злочинності. Обґрунтовано критерії оптимального обсягу правопорушень.

Ключові слова: рівень злочинності, рівень безробіття, санкції, оптимальний рівень злочинності.

JEL Classification: A12, D63.

Постановка проблеми. Економічні дослідження злочину й покарання виходять із того, що будь-яка людська діяльність має економічне підґрунтя. І це стосується не лише діяльності, що створює додану вартість, а й іншої, зокрема скоєння злочинів. При цьому слід взяти до уваги, що мова йде про злочини з метою незаконного присвоєння об'єктів власності, тобто корисливі злочини, де індивід діє з певною раціональністю, тобто намагається максимізувати власну корисність, виходячи з наявних ресурсів. Крім того, сюди не відносимо ситуативні, імпульсні злочини, пов'язані з психологічними мотивами або психічними відхиленнями. Це дозволить зосередитися на тих

[1] Роботу виконано в межах цільової комплексної програми «Соціально-економічна модернізація України та формування інноваційної моделі розвитку» (номер державної реєстрації 0111u000961).
© Іващенко М. В., 2022. Стаття публікується на умовах ліцензії Creative Commons – Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).
Статтю розміщено на сайті збірника: http://econtlaw.nlu.edu.ua.

індивідах, які обирають злочинну діяльність усвідомлено, порівнявши її переваги з іншими професіями. А для правоохоронних органів розуміння поведінки злочинців дозволить максимізувати ефективність використання ресурсів, що витрачаються на боротьбу із злочинністю.

З одного боку, це дозволяє розглядати злочинців як раціональних осіб, але це припущення є одним із найбільш розкритикованих у подальших дискусіях, оскільки спірним є теза про їх раціональність, здатність до аналізу. Більшість дослідників переконані, що злочинці є ірраціональними та нездатними до розрахунків, а також мають переконання у своїй безкарності.

Щодо інших економічних паралелей, то злочинність можна розглядати як специфічний ринок із попитом і пропозицією, що можуть врівноважуватись, як на будь-якому іншому ринку. Якщо під пропозицією розглядати кількість злочинів, які суб'єкти цього ринку готові вчинити в певний час за певний зиск (наприклад, очікувана вартість украденого), то попит представлений потребами людей у продуктах злочинної діяльності (наприклад, купівля наркотичних засобів, нелегальної зброї чи краденого майна). До чинників, що впливають на пропозицію, можна віднести очікувану вартість набутих благ, суворість можливого покарання, імовірність настання такого покарання, «вартість» покарання (штраф, оплата послуг адвоката, судові витрати, конфіскація майна за рішенням суду тощо), втрати, пов'язані з відбуванням покарання, у тому числі альтернативні (втрачені можливості працювати й отримувати дохід). Як і на будь-яку форму економічної діяльності, на злочинність впливає групова динаміка – загальне схвалення чи засудження злочинних форм діяльності [1, p. 364]. Крім того, злочинну діяльність можна розглядати за специфічними видами діяльності, скажімо, економіка корупції, економіка азартних ігор, економіка ринку зброї, наркобізнесу тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні засади дослідження злочинності з позицій економічного неоінституціонального аналізу було закладено в 60-х роках XX століття американським економістом-кримінологом Томасом Шеллінгом (Thomas C. Schelling) у праці «Економічний аналіз і організована злочинність». «Однак чимало економічних і бізнес-принципів, які діють у "вищому світі", повинні, … діяти також і в "підземному світі", так само як багато економічних принципів, які діють у розвиненій конкурентній економіці, діють також у соціалістичній чи примітивній економіці» [2, p. 114].

Широку популярність економічні дослідження в руслі злочину й покарання отримали завдяки працям Гері Беккера (Gary S. Becker). Його стаття «Злочин і покарання: економічний підхід» дозволила розширити мікроекономічний

аналіз на додаткову галузь поведінки людини, що привернуло увагу й інших дослідників.

Г. Беккер представив математичну модель мотиву індивіда здійснити протиправну дію, яку можна описати так [3]:

$$EU = p \times U(Y - f) + (1 - p) \times U(Y), \quad (1)$$

де EU – очікувана корисність від злочину;

p – ймовірність засудження правопорушника;

Y – дохід від злочину (грошовий та психічний);

U – функція корисності (utility) злочинця;

f – грошовий еквівалент покарання.

Представлена математична модель має чітке економічне обґрунтування: якщо очікувана корисність матиме додатне значення, скоєння злочину буде оцінюватись як вигідне, що стимулюватиме порушення закону. Логічно, що від'ємне значення очікуваної корисності може мати стримуючий ефект.

Якщо в цій моделі простежити можливу роль держави, то вона проявляється в ефективності механізмів викриття та розслідування злочинів, впливаючи таким чином на рівень злочинності. Держава може намагатися знизити злочинні доходи або підвищити легальний заробіток через загальне підвищення суспільного добробуту. Інша роль держави полягає в ефективному застосуванні санкцій – штрафів, різного роду адміністративних і кримінальних покарань, включно з позбавленням волі на різні строки, запроваджуючи таким чином своєрідний «податок» на злочинну діяльність.

Окрім наведеної математичної моделі, цікавою також є формула залежності чистого доходу крадія від різних чинників з урахуванням ризику, представлена Майклом Сесновицем (Michael Sesnowitz) у дослідженні «Дохід від крадіжки зі зломом» [4]:

$$R = (1 - p) \times S + p \times (S - D) = S - p \times D, \quad (2)$$

де R – дохід зломщика;

p – ймовірність, що крадія буде піймано та покарано;

S – величина вкраденого;

D – грошова величина втрат зломщика, які він понесе в результаті покарання.

На думку автора, ця формула має універсальне значення та може використовуватися для розрахунку дохідності будь-яких видів корисливих злочинів. Виходячи з розрахунків автора, середній очікуваний дохід злочинця

є від'ємною величиною, оскільки існує ризик викриття злочину й покарання. Чим вищою є ймовірність бути викритим і покараним, тим більше стримуючого ефекту буде від санкцій.

При цьому М. Сесновиц зазначає, що існують і суб'єктивні чинники, які неможливо порахувати математично, але їх урахування підсилює аргументи щодо негативної віддачі від злочину: «Особистий дискомфорт, пов'язаний із життям у в'язниці, є суб'єктивним елементом, який буде негативним для більшості… віддача насправді є негативною» [4, p. 478].

Формулювання цілей. Метою дослідження є узагальнення економічних чинників, що впливають на рівень злочинності в країні; обґрунтування наявності прямих і непрямих економічних утрат злочинців і суспільства загалом від злочинності, а також виявлення зв'язку економічних чинників і рівня злочинності на основі аналітико-статистичної інформації.

Виклад основного матеріалу. Щодо найбільш значущих причин злочинності в суспільстві дослідники вказували на правові, анатомічні, фізіологічні, кліматичні фактори, расову належність. Але найбільш переконливими є дослідження, що пов'язують рівень злочинності із соціально-економічними чинниками, до яких можна віднести рівень безробіття, середній рівень доходів населення, рівень освіти, споживання соціально-культурних послуг тощо. Ще Аристотель зазначав, що «бідність – джерело обурень та злочинів» [5].

У дослідженнях рівня злочинності, що здійснюються в різних країнах, виділяються різні чинники, від яких він залежить. Узагальнюючи різні підходи до чинників, від яких залежить рівень злочинності в певному суспільстві, виділимо такі:

– схильність членів суспільства до злочинної поведінки, готовність іти на ризик заради злочинного збагачення;

– імовірність викриття злочину й настання санкцій, а також ступінь жорсткості самих санкцій;

– економічні чинники, які характеризують загальний рівень добробуту суспільства, рівень безробіття, рівень середнього доходу від легальних видів діяльності у порівнянні із злочинними;

– здатність членів суспільства, що є потенційними жертвами злочинів, протистояти злочинцям і захищатися, у тому числі можливість мати зброю;

– обсяги попиту з боку суспільства на засоби захисту майна (сейфи, сучасні замки, системи сигналізації та відеоспостереження, послуги охоронних організацій тощо);

– можливості збуту майна, набутого злочинним шляхом, легалізації тіньових доходів;

– обсяги попиту з боку членів суспільства на товари, обіг яких є обмеженим або забороненим державою;

– особливості конкретної територіальної одиниці (освітлення вулиць, пильність населення, зовнішній вигляд місцевих мешканців, що може відрізнятися від типового вигляду злочинця, тощо);

– ефективність заходів, що вживаються державою для охорони правопорядку.

Для злочинця в результаті санкцій виникають як прямі економічні втрати (сума штрафу, вартість конфіскованого за рішенням суду майна тощо), так і непрямі втрати та втрачені можливості. До останніх можемо віднести:

– позбавлений волі злочинець міг би працювати легально й отримувати зарплату;

– відбувається втрата професійних навичок, якщо такі є;

– погіршення стану здоров'я, що вимагатиме лікування;

– проблеми з працевлаштуванням у майбутньому через наявність судимості;

– втрата навичок соціалізації, необхідних для встановлення професійних комунікацій;

– майнові втрати через руйнування родини тощо.

Суспільство, у свою чергу, через наявність злочинної діяльності також має в результаті прямі й непрямі втрати. До прямих втрат можна віднести ті витрати, які несуть безпосередньо жертви злочинів для усунення збитків, спричинених злочином. До них можемо віднести:

– втрачене чи пошкоджене майно, благо, ресурси, які стали об'єктом злочину, що знаходились у власності домогосподарств, підприємств чи держави;

– втрати виробництва від тимчасового простою, пов'язаного з необхідністю відновлення майна;

– втрата економічної ефективності розподілу ресурсів у суспільстві через корупційні злочини та тендери;

– збитки суспільства через можливу втрату працездатності жертв злочинів і необхідність їх лікування.

Що стосується непрямих витрат і втрачених можливостей, до них слід віднести:

– всі непрямі економічні втрати, які несуть самі злочинці;

– втрати суспільства через те, що злочинці, що не займаючись легальною діяльністю або відбуваючи покарання, є незадіяними у суспільному виробництві;

– витрати державного бюджету на фінансування правоохоронних органів, здійснення правосуддя та пенітенціарної системи;

– витрати громадян на захист майна (сейфи, сигналізація, захист вікон та дверей, послуги охорони тощо);

– включення до собівартості готової продукції та послуг витрат підприємств на захист та охорону, що підвищує рівень цін. Відповідно, своєрідний «податок» на злочинність сплачують усі споживачі;

– іміджеві втрати держави, оскільки рівень злочинності напряму впливає на низку міжнародних рейтингів, наприклад, рейтинг інвестиційної привабливості.

Очевидно, що отримати достовірну інформацію про будь-яку нелегальну діяльність для її реалістичного аналізу досить складно, тому для виявлення взаємозв'язку між економічними чинниками та рівнем злочинності використовуються економетричні методи досліджень.

Економічний підхід до злочинності передбачає вивчення впливу на рівень злочинності як правових, так і інших інститутів. Як зазначають більшість дослідників економічної теорії злочину, більш дієвим способом стримування злочинності є не асигнування на правоохоронну та пенітенціарну систему, а збільшення витрат на покращення можливостей легальної зайнятості, на допомогу бідним та іншим соціальним групам, найбільш схильним до скоєння злочинів.

Досліджуючи наявність зв'язку між безробіттям і рівнем злочинності, не всі дослідження підтверджують його наявність, а частіше вказують на його неоднозначність [6]. Що стосується України, дані щодо кількості виявлених злочинів і загального рівня зайнятості у 2004–2021 рр. представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Кількість виявлених злочинів і рівень безробіття в Україні (2004–2021 рр.)*

Рік	Усього виявлено злочинів	Рівень безробіття населення (за методологією МОП), %
2004	527 812	9,2
2005	491 754	7,8
2006	428 149	7,4
2007	408 170	6,9
2008	390 162	6,9
2009	439 459	9,6
2010	505 371	8,8
2011	520 218	8,6
2012	447 147	8,1
2013	563 560	7,7
2014	529 139	9,7
2015	565 182	9,5
2016	592 604	9,7
2017	523 911	9,5

Закінчення табл. 1

Рік	Усього виявлено злочинів	Рівень безробіття населення (за методологією МОП), %
2018	487 133	8,8
2019	444 130	8,2
2020	360 622	9,5
2021	321 443	9,8

* *Примітка:* складено авторкою за: [7; 8].

Із наведених даних Державної служби статистики України видно, що протягом 2004–2008 рр. рівень безробіття поступово зменшується, а разом із цим – кількість виявлених злочинів. У 2009–2010 рр. підвищення рівня безробіття супроводжується зростаючим рівнем злочинності. Далі з 2011 р. рівень безробіття, розрахований за методологією Міжнародної організації праці, скорочувався до 2013 р. з 8,6% до 7,7% економічно активного населення 15–70 років.

Найвищий рівень злочинності припадає на 2016, 2015 та 2013 рр., у той же час надвисокий рівень безробіття спостерігається саме в ці роки, окрім 2013 р., що можна пояснити складними соціально-політичними змінами, що відбулися в нашій країні. Наступні три роки відзначаються високим рівнем безробіття через утрату 3 мільйонів робочих місць унаслідок окупації Криму та частини Донбасу, що супроводжується збільшенням кількості скоєних злочинів. Найвищій рівень безробіття має місце у 2021 р., але при цьому не супроводжується високим рівнем злочинності. Слід зазначити, що на 2021 р. припадає продовження коронакризи та деяких пандемічних обмежень, що викривляють макроекономічну картину в цілому. Таким чином, можемо зробити висновок про наявність зазначеного зв'язку в Україні.

Результати кримінологічних досліджень свідчать про те, що збільшення безробіття на 1% призводить до зростання рівня злочинності в середньому на 6% [9, с. 61].

Згідно з розрахунками Офісу генерального прокурора, 85% злочинів припадає на людей, які не працюють та/або не навчаються. Якщо ж поглянути на відповідну статистику серед засуджених, то частка працездатних осіб, що не працюють і не навчаються, становить від 60% до 76% (табл. 2).

Про об'єктивність відповідних досліджень свідчать статистичні дані, наведені в табл. 2, згідно з якими у 2021 р. за скоєння різних злочинів засуджено майже 49 тис. працездатних осіб, які на момент скоєння злочину ніде не навчались і не працювали, що становить 76% від усіх засуджених злочинців (у 2020 р. цей показник становив 75%, у 2019, 2018, 2017, 2016 та 2015 рр. – 72%, а у 2014, 2013 та 2012 рр. – 70%).

Таблиця 2

Кількість і частка працездатних осіб, які не працювали та не навчалися у загальній кількості засуджених (2008–2021 рр.)*

Рік	Кількість засуджених, осіб	З них працездатних, які не працювали та не навчалися, осіб	Частка працездатних осіб, які не працювали та не навчалися, у загальній кількості засуджених, %
2008	146 858	89 542	60,97
2009	146 383	98 857	67,53
2010	168 774	114 899	68,08
2011	154 356	106 651	69,09
2012	162 881	114 044	70,01
2013	122 973	85 321	69,38
2014	102 170	71 410	69,89
2015	94 798	67 923	71,65
2016	76 217	54 821	71,93
2017	76 804	55 538	72,31
2018	73 659	52 917	71,84
2019	70 375	50 856	72,26
2020	67 519	50 778	75,21
2021	64 080	48 650	75,92

* *Примітка:* складено авторкою за: [8].

У той же час між рівнем безробіття та злочинності серед молоді чіткий зв'язок підтверджує більшість дослідників. Дені Фужер (Denis Fougère), Френсіс Крамарж (Francis Kramarz), Жульєн Пуже (Julien Pouget) указують, що «саме безробіття серед молоді, а не молодь сама по собі, є причиною злочинності» [10, p. 934]. До того ж, численні дослідження підтверджують, що підвищення рівня освіти може сприяти зменшенню злочинності. Окремої уваги заслуговує ефект збільшення віку закінчення школи»: у довгостроковому періоді подовження шкільної освіти на один рік скорочує рівень злочинності. Аналогічний вплив має розвиток доступної позашкільної освіти та спортивних секцій для дітей і молоді.

Іншим напрямом пошуку зв'язку рівня злочинності із соціально-економічними чинниками є аналіз впливу зміни середнього доходу населення на кількість скоєних злочинів. Очевидно, що падіння відносного доходу має позитивний і статистично значущий вплив на ймовірність учинення майнових злочинів, що можна простежити в Україні (табл. 3).

Таблиця 3

Залежність рівня злочинності від середньої зарплати в Україні*

Рік	Середня зарплата в Україні, грн	Середня зарплата в Україні, дол.	Кількість скоєних злочинів
2010	1916	239,5	500 902
2011	2297	289,3	515 833
2012	2722	340,7	443 665
2013	3000	375,3	563 560
2014	3148	393,8	529 139
2015	3455	213,8	565 182
2016	4362	173,4	592 604
2017	6008	221,5	523 911
2018	7711	275,3	487 133
2019	9223	332,3	444 130
2020	10 727	430,5	360 622
2021	12 337	437,6	321 443

* *Примітка:* складено авторкою за: [7; 8].

Між рівнем середнього доходу й кількістю правопорушень спостерігається певна кореляція – на це вказує зростання показника рівня злочинності протягом 2015–2016 рр., коли відбулося суттєве падіння середнього доходу українців. Оскільки в цей період відбувалася стрімка девальвація гривні, саме в доларовому вираженні зазначене падіння відбиває реальне падіння доходів. Отже, динаміка рівня злочинності більшою мірою залежить не від абсолютного розміру доходу, а від різкої зміни добробуту населення, а поступове збільшення середнього доходу сприяє скороченню кількості злочинів. Згідно з нашими розрахунками, у довгостроковому періоді збільшення середнього доходу на 1% спричинить скорочення рівня злочинності на 0,42%.

Немаловажливе значення також має рівномірність розподілу доходу в суспільстві в різних країнах, яка розраховується через коефіцієнт Джині. Якщо врахувати варіацію між країнами, то коефіцієнт Джині зростає з 0,02 до 0,06 у випадку вбивств і з 0,04 до 0,11 у випадку пограбувань. Отже, в обох випадках дві третини умовної кореляції між рівнем злочинності та нерівністю пов'язані з характеристиками країни, що не змінюються з часом [11].

Можна виділити дві основні причини, чому нерівномірність розподілу доходу в суспільстві може впливати на схильність особи до вчинення злочину. По-перше, якщо людина знаходиться поруч з багатими людьми, які мають дороге й недоступне для покупки майно, її очікуваний прибуток від злочинних дій зростає. По-друге, нижчий відносний дохід викликає відчуття відносної депривації, що, у свою чергу, породжує розчарування та гнів серед найбідні-

ших людей, оскільки вони стають відносно біднішими, що може спровокувати злочини.

Так само можна простежити зв'язок між динамікою ВВП на душу населення та рівнем злочинності (табл. 4).

Таблиця 4

Залежність рівня злочинності від зміни номінального ВВП на душу населення в Україні (2002–2021 рр.)*

Рік	Усього виявлено злочинів	Номінальний ВВП України з 2002 по 2021 р. із розрахунку на одну особу населення, грн	Номінальний ВВП України з 2002 по 2021 р. із розрахунку на одну особу населення, дол.
2004	527 812	7273,5	1367,5
2005	491 754	9374,3	1829,2
2006	428 149	11 634,3	2303,8
2007	408 170	15 499,1	3069,1
2008	390 162	20 502,8	3892,5
2009	439 459	19 836,3	2546,0
2010	505 371	23 603,6	2974,4
2011	520 218	28 813,9	3570,8
2012	447 147	30 912,5	3856,8
2013	563 560	31 988,7	4030,3
2014	529 139	35 834,0	3014,6
2015	565 182	46 210,2	2115,4
2016	592 604	55 853,5	2185,9
2017	523 911	70 224,3	2640,3
2018	487 133	84 192,0	3095,2
2019	444 130	94 589,8	3659,8
2020	360 622	100 432,5	3725,6
2021	321 443	131 907,2	4834,3

* *Примітка:* складено авторкою за: [12].

Збільшенні рівня злочинності простежується у 2009–2011 рр., що відповідає кризовим рокам, які супроводжувалися погіршенням макроекономічних показників, у тому числі зниженням ВВП на душу населення. У цьому періоді кількість скоєних злочинів починає скорочуватися після повернення до докризового подушового ВВП. Аналогічна ситуація спостерігається і в 2013–2017 рр. Численні дослідження наведеної залежності свідчать, що збільшення ВВП на душу населення на 1% знизить рівень злочинності приблизно на 0,5% [13].

На рівень злочинності чинить вплив діяльність правоохоронної системи, управління якою передбачає в першу чергу ефективне викриття та розсліду-

вання злочинів, судочинство й покарання злочинців. Американські економісти-кримінологи Ллад Філліпс (Llad Phillips) і Гарольд Воті молодший (Harold L. Votey, Jr.) вважають, що для цього суспільство може використовувати три основні інструменти: ресурси кримінальної юстиції, суворість покарання та соціальні програми [14]. Дослідники порівнюють діяльність системи кримінальної юстиції з будь-яким іншим виробничим процесом, але із складнішою системою оцінювання ефективності. Використовуючи графічне моделювання, дослідники відобразили взаємозв'язок ресурсного забезпечення правоохоронних органів, підсилення контролю над злочинністю та рівня злочинності. Таке моделювання дозволило зробити висновок про певний соціальний оптимум рівня злочинності, за якого суспільство мінімізує свої сукупні витрати (прямі й опосередковані) від злочинності.

Здійснюючи затримання злочинців, держава вводить своєрідний «податок» на злочинні види діяльності, що виражаються в ризику бути спійманим. Але для цього державі потрібно здійснювати бюджетне фінансування правоохоронних органів різної спеціалізації для викриття злочинців. В Україні таким органами є Міністерство внутрішніх справ, СБУ, Офіс Генерального прокурора, Національне антикорупційне бюро, Державне бюро розслідувань, Національне агентство з питань запобігання корупції, Спеціалізована антикорупційна прокуратура, Вищий антикорупційний суд, Агентство з розшуку та менеджменту активів і Бюро економічної безпеки. Зміну сукупних витрат на фінансування правоохоронних органів і кількості виявлених злочинів представлено в табл. 5.

Таблиця 5

Сукупні витрати на бюджетне фінансування правоохоронних органів та динаміка кількості злочинів в Україні (2014–2021 рр.)*

Рік	Усього виявлено злочинів	Сукупні витрати на фінансування правоохоронних органів, млрд грн	Витрати в розрахунку на один злочин, грн
2014	529 139	44,619	84 323,8
2015	565 182	54,6434	96 682,8
2016	592 604	71,6711	120 942,7
2017	523 911	87,845	167 671,6
2018	487 133	116,8756	239 925,4
2019	444 130	140,1512	315 563,5
2020	360 622	157,6725	437 223,7
2021	321 443	174,4096	542 583,3

* *Примітка:* складено авторкою за: [15].

Якщо простежити вплив посилення покарання на рівень злочинності, то очевидною є обернена залежність, яку змоделювали Л. Філліпс, Г. Воті молодший [14]. Але разом із тим витрати суспільства на виправні заходи також збільшуються. Здійснені в табл. 5 розрахунки свідчать, що збільшення фінансування правоохоронних органів супроводжується скороченням кількості злочинів, але в той же час відзначимо зростання витрат у розрахунку на один злочин з 84 323,8 грн у 2014 р. до 542 583,3 грн у 2021 р. Оптимальний із погляду суспільства обсяг правопорушень – коли граничні витрати кожного правоохоронного заходу дорівнюють граничній вигоді від нього. Отже, ці витрати є такими, які суспільство згодне нести для стримування злочинності.

Очевидно, що кримінальне покарання зменшує рівень злочинності лише за дотримання низки умов.

1. Покарання справді має бути достатньо суворим.

2. Імовірність настання покарання має бути високою, а потенційний злочинець повинен уважати, що санкції є невідворотними.

3. Людина повинна розуміти, що скоєння злочину не дозволить їй досягти бажаної мети або задовольнити потреби.

4. Має бути відсутня соціальна підтримка порушення закону, суспільство не повинне вважати скоєння злочинів нормальним і навіть ефективним способом досягнення мети, а санкції – бездієвими.

5. Покарання здебільшого має стримуючий вплив на поведінку людей із низьким рівнем морально-етичного розвитку.

У табл. 6 наведено дані щодо кількості та частки засуджених до позбавлення волі у загальній кількості засуджених і виявлених злочинів в Україні протягом 2008–2021 рр.

Таблиця 6

Засуджені до позбавлення волі в загальній кількості засуджених і виявлених злочинів в Україні протягом 2008–2021 рр.*

Рік	Усього виявлено злочинів	Усього засуджено за всі види злочинів, осіб	Засуджено до позбавлення волі (на певний строк та довічне), осіб	Частка засуджених до позбавлення волі, %
2008	390 162	146 858	13 084	8,91
2009	439 459	146 383	14 214	9,71
2010	505 371	168 774	16 096	9,54
2011	520 218	154 356	22 541	14,60
2012	447 147	162 881	23 111	14,19
2013	563 560	122 973	17 075	13,89
2014	529 139	102 170	11 601	11,35

Закінчення табл. 6

Рік	Усього виявлено злочинів	Усього засуджено за всі види злочинів, осіб	Засуджено до позбавлення волі (на певний строк та довічне), осіб	Частка засуджених до позбавлення волі, %
2015	565 182	94 798	8450	8,91
2016	592 604	76 217	6510	8,54
2017	523 911	76 804	6353	8,27
2018	487 133	73 659	13 786	18,72
2019	444 130	70 375	13 241	18,81
2020	360 622	67 519	12 925	19,14
2021	321 443	64 080	11 599	18,10

* *Примітка:* складено авторкою за: [8].

На роки з низькою часткою засуджених до позбавлення волі припадають як роки з високим рівнем злочинності (2015–2017 рр.), так і з відносно низьким (2008–2009 рр.). Висока частка засуджених до позбавлення волі у 2018–2020 рр. супроводжується поступовим скороченням як загальної кількості виявлених злочинів, так і кількості засуджених. Отже, суворість покарання є достатньо дієвим стримуючим чинником, але це не применшує і впливу зазначених вище умов.

Ефективне викриття скоєних злочинів передбачає не менш ефективне покарання злочинців, у тому числі і позбавлення їх волі, що також становить витрати для суспільства.

Ханс фон Хофер (Hanns von Hofer), який займався довгостроковим аналізом еволюції злочинності та кримінальних покарань у Швеції в період з 1750 по 2005 р., дійшов висновку, що за допомогою лише покарань неможливо досягти помітних позитивних результатів щодо стримування рівня злочинності [16]. Необхідно розширювати коло першочергових превентивних заходів, зокрема ще й через те, що вони коштують набагато дешевше, ніж утримання ув'язнених [17]. Серед іншого, це й економічне регулювання, що дають змогу поліпшити добробут суспільства й вирішить проблеми макроекономічної нестабільності.

Висновки. Отже, зв'язок між рівнем злочинності й основними показниками соціально-економічного добробуту є цілком очевидними. На основі статистичних даних можна зробити висновок про вплив зміни рівня безробіття, середнього доходу й подушового ВВП на динаміку рівня злочинності. Корелюється і залежність рівня злочинності від обсягів фінансування правоохоронних органів, судової системи. Але в той же час простежується законо-

мірність, за якої і підвищення рівня злочинності, і збільшення обсягів фінансування правоохоронних органів для боротьби зі злочинністю, і подальше покарання злочинців лягає на законослухняних платників податків, через що виникає оптимальний з погляду суспільства обсяг правопорушень і оптимальний рівень витрат на боротьбу із злочинністю.

Окрім заходів економічного регулювання, на рівень злочинності слід впливати й іншими соціально-економічними заходами: підвищенням якості та тривалості шкільного навчання та позашкільної освіти, зміцненням сім'ї, морально-етичним розвитком членів суспільства тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Іващенко М. В. Ефект соціальної фасилітації в управлінні та поведінковій економіці. *Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects* : proceedings of the 11th International scientific and practical conference, Berlin, Germany, 24–26 April 2022. Berlin, Germany : MDPC Publishing, 2022. P. 364–367. URL: https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2022/04/MODERN-SCIENTIFIC-RESEARCH-ACHIEVEMENTS-INNOVATIONS…-24-26.04.2022.pdf (дата звернення: 15.07.2022).
2. Schelling T. C. Economic Analysis and Organized Crime. *Task force report: Organized crime: Annotations and consultants' papers* / The President's Commission on Law Enforcement and Administration of Justice, U. S. Washington, 1967. P. 114–126. URL: https://www.ojp.gov/pdffiles1/Digitization/148306NCJRS.pdf (дата звернення: 15.07.2022).
3. Becker G. S. Crime and Punishment: An Economic Approach. *Essays in the Economics of Crime and Punishment.* National Bureau of Economic Research, 1974. P. 1–54. URL: https://www.nber.org/system/files/chapters/c3625/c3625.pdf (дата звернення: 15.07.2022).
4. Sesnowitz M. The Returns to Burglary. *Economic Inquiry*. 1972. Vol. 10, Iss. 4. P. 477–481. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1465–7295.1972.tb01571.x.
5. Арістотель. Політика / пер. з давньогрец. О. Кислюк. Київ : Основи, 2000. 239 с. URL: http://litopys.org.ua/aristotle/arist.htm (дата звернення: 15.07.2022).
6. Ashenfelter O., Card, D. Preface to the Handbook. *Handbook of Labor Economics.* Vol. 3, part A. Elsevier, 1999. P. xiii. DOI: https://doi.org/10.1016/S1573-4463(99)03003-5.
7. Державна служба статистики України : офіц. вебсайт. URL: https://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 15.07.2022).
8. Судова статистика. *Судова влада України* : вебсайт. URL: https://court.gov.ua/inshe/sudova_statystyka/ (дата звернення: 16.07.2022).
9. Йосипів А. О., Гумін О. М. Злочинність та безробіття: актуальні проблеми та взаємозв'язок. *Судова та слідча практика в Україні*. 2018. Вип. 7. С. 59–63.
10. Fougère D., Kramarz F., Pouget J. Youth Unemployment and Crime in France. *Journal of the European Economic Association*. 2009. Vol. 7, Iss. 5. P. 909–938.
11. Fajnzylber P., Lederman D., Loayza N. Inequality and Violent Crime. *Forthcoming in The Journal of Law and Economics*. August 2001. 38 p. URL: https://web.worldbank.org/archive/website01241/WEB/IMAGES/INEQUALI.PDF (дата звернення: 15.07.2022).

12. Валовий внутрішній продукт (ВВП) в Україні 2022. *Мінфін* : вебсайт. URL: https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/ (дата звернення: 15.07.2022).
13. Plotnikov D. Higher Growth. Lower Crime? *IMF Blog*. 2020, February 24. URL: https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2020/02/24/blog-higher-growth-lower-crime (дата звернення: 15.07.2022).
14. Phillips L., Votey H. L. Jr. The Economics of Crime Control. Beverly Hills : SAGE Publications, 1981. P. 24–33.
15. Видатки держбюджету України. *Мінфін* : вебсайт. URL: https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/expense/ (дата звернення: 15.07.2022).
16. Hofer H. von. Brott och straff i Sverige: Historisk kriminalstatistik 1750–2005. Diagram, tabeller och kommentarer : [with a summary in English]. Stockholm : Stockholms universitet, Kriminologiska institutionen, 2008. P. 233.
17. Aos S. Cost and Benefits of Criminal Justice and Prevention Programs. *Crime Prevention: New Approaches* / editors: H. Kury, J. Obergfell-Fuchs. Mainz : Weisser Ring, 2003. P. 413–442.

REFERENCES

1. Ivashchenko, M. V. (2022). Efekt sotsialnoi fasylitatsii v upravlinni ta povedinkovii ekonomitsi [The effect of social facilitation in management and behavioral economy]. In *Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects*. Proceedings of the 11th International scientific and practical conference, Berlin, Germany, 24–26 April 2022 (pp. 364–367). MDPC Publishing. https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2022/04/MODERN-SCIENTIFIC-RESEARCH-ACHIEVEMENTS-INNOVATIONS…-24-26.04.2022.pdf [in Ukrainian].
2. Schelling, T. C. (1967). Economic Analysis and Organized Crime. In The President's Commission on Law Enforcement and Administration of Justice, U. S., *Task force report: Organized crime: Annotations and consultants' papers* (pp. 114–126). https://www.ojp.gov/pdffiles1/Digitization/148306NCJRS.pdf
3. Becker, G. S. (1974). Crime and Punishment: An Economic Approach. In National Bureau of Economic Research, *Essays in the Economics of Crime and Punishment* (pp. 1–54). https://www.nber.org/system/files/chapters/c3625/c3625.pdf
4. Sesnowitz, M. (1972). The Returns to Burglary. *Economic Inquiry*, *10*(4), 477–481. https://doi.org/10.1111/j.1465-7295.1972.tb01571.x
5. Aristotel. (2000). *Polityka*. http://litopys.org.ua/aristotle/arist.htm
6. Ashenfelter, O., & Card, D. (1999). Preface to the Handbook. In *Handbook of Labor Economics*. P. xiii. Elsevier. https://doi.org/10.1016/S1573-4463(99)03003-5
7. State Statistics Service of Ukraine. (n.d.). https://www.ukrstat.gov.ua [in Ukrainian].
8. Sudova statystyka [Judicial statistics]. (n.d.). *Sudova vlada Ukrayiny [Judicial power of Ukraine]*. https://court.gov.ua/inshe/sudova_statystyka/ [in Ukrainian].
9. Josypiv, A. O., & Humin, O. M. (2018). Zlochynnist ta bezrobittia: aktualni problemy ta vzaiemozviazok [Crime and unemployment: current actual problems and related interventions]. *Sudova ta slidcha praktyka v Ukraini – Judicial and investigative practice in Ukraine*, *7*, 59–63 [in Ukrainian].
10. Fougère, D., Kramarz, F., & Pouget, J. (2009). Youth Unemployment and Crime in France. *Journal of the European Economic Association*, *7*(5), 909–938.

11. Fajnzylber, P., Lederman, D., & Loayza, N. (2001, August). Inequality and Violent Crime. *Forthcoming in The Journal of Law and Economics*. https://web.worldbank.org/archive/website01241/WEB/IMAGES/INEQUALI.PDF
12. *Valovyi vnutrishnii produkt (VVP) v Ukraini 2022 [Gross domestic product (GDP) in Ukraine 2022]*. (2022). Minfin. https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/ [in Ukrainian].
13. Plotnikov, D. (2020, February 24). Higher Growth. Lower Crime? *IMF Blog*. https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2020/02/24/blog-higher-growth-lower-crime
14. Phillips, L., & Votey, H. L. Jr. (1981). *The Economics of Crime Control*. SAGE Publications. Pp. 24–33.
15. *Vydatky derzhbudzhetu Ukrayiny [Expenditures of the state budget of Ukraine]*. (2022). Minfin. https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/expense/ [in Ukrainian].
16. von Hofer, H. (2008). *Brott och straff i Sverige: Historisk kriminalstatistik 1750–2005. Diagram, tabeller och kommentarer*. Stockholms universitet, Kriminologiska institutionen. P. 233.
17. Aos, S. (2003). Cost and Benefits of Criminal Justice and Prevention Programs. In H. Kury & J. Obergfell-Fuchs (Eds.), *Crime Prevention: New Approaches* (pp. 413–442). Weisser Ring.

Стаття надійшла до редакції 19.07.2022
Стаття пройшла рецензування 03.08.2022
Стаття рекомендована до опублікування 29.08.2022

M. V. IVASHCHENKO
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economic Theory, Yaroslav Mudryi National Law University, Ukraine, Kharkiv

THE ECONOMIC BACKGROUND OF CRIME AND THE SOCIAL COSTS OF CRIMINAL PUNISHMENT

Problem setting. Economic studies of crime and punishment proceed from the fact that any human activity has an economic basis. For law enforcement agencies, understanding the behavior of criminals will maximize the effectiveness of the resources spent on fighting crime. Crime can be seen as a specific market with supply and demand that can balance like any other market.

Recent research and publication analysis. The theoretical and methodological foundations of the study of crime from the standpoint of economic neo-institutional analysis were laid in the 60s of the 20th century by the American economist and criminologist T. Schelling in the work "Economic Analysis and Organized Crime" (1967). Economic research in the field of crime and punishment gained wide popularity thanks to the works of Gary S. Becker. His article, "Crime and Punishment: An Economic Approach" (1974), expanded microeconomic analysis into the additional field of human behavior.

Paper objective. The purpose of the study is to generalize the economic factors affecting the level of crime in the country; substantiating the presence of direct and indirect economic losses of criminals and society as a whole from crime, as well as identifying the connection between economic factors and the level of crime based on analytical and statistical information.

Paper main body. For the criminal, as a result of sanctions, there are both direct economic losses (the amount of the fine, the value of property confiscated by a court decision, etc.), as well as indirect losses and lost opportunities. Society, in turn, due to the presence of criminal activity, also has direct and indirect losses as a result. Direct losses can include those costs that are borne directly by crime victims to eliminate the losses caused by the crime.

Investigating the existence of a connection between unemployment and the level of crime, we can draw a conclusion about its presence in Ukraine. According to statistics, the share of able-bodied persons who do not work and do not study is from 60% to 76% among convicts. A fall in relative income has a positive and statistically significant effect on the probability of committing property crimes, which can be traced in Ukraine. According to calculations, in the long run, a 1% increase in average income will cause a 0,42% reduction in crime. The uneven distribution of income in society can additionally affect a person's propensity to commit a crime. Similarly, the relationship between the dynamics of GDP per capita and the crime rate can be traced: an increase in GDP per capita by 1 percent will reduce the crime rate by about 0,5 percent.

The level of crime is influenced by the activities of the law enforcement system, the management of which provides, first of all, for effective detection and investigation of crimes, prosecution and punishment of criminals. From the point of view of society, the volume of offenses is optimal when the marginal cost of each law enforcement measure is equal to the marginal benefit from it. Effective detection of committed crimes involves no less effective punishment of criminals, including imprisonment, which also represents costs for society.

Conclusion. Therefore, the connection between the level of crime and the main indicators of socio-economic well-being is quite obvious. At the same time, a regularity is observed, according to which both the increase in the level of crime and the increase in the amount of funding of law enforcement agencies to fight crime, and the further punishment of criminals falls on law-abiding taxpayers, due to which the optimal amount of crimes from the society's point of view and the optimal level of costs for the fight arise with crime.

Short abstract for an article

Abstract. The article traces and calculates on the basis of analytical and statistical materials the relationship between the level of crime in the country and economic factors: the level of unemployment, the dynamics of average income and GDP per capita, budget expenditures for financing law enforcement agencies. The direct and indirect economic

losses of the criminal as a result of sanctions and society from existing crime are summarized. The criteria for the optimal volume of offenses are substantiated.

Key words: crime rate, unemployment rate, sanctions, optimal crime rate.

Article details:
Received: 19 July 2022
Revised: 03 August 2022
Accepted: 29 August 2022

Рекомендоване цитування: Іващенко М. В. Економічне підґрунтя злочинності та суспільні витрати на покарання злочинців. *Економічна теорія та право*. 2022. №3 (50). С. 106–123. DOI: https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-106.

Suggested citation: Ivashchenko, M. V. (2022). Ekonomichne pidgruntia zlochynnosti ta suspilni vytraty na pokarannia zlochyntsiv [The economic background of crime and the social costs of criminal punishment]. *Ekonomichna teoriia ta pravo – Economic Theory and Law*, *3*(50), 106–123. https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-106 [in Ukrainian].

НАУКОВІ ДИСКУСІЇ ТА ОГЛЯДИ

DOI: https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-124
УДК [334.722:004]:339.137-047.72

Л. С. ШЕВЧЕНКО
докторка економічних наук, професорка,
професорка кафедри економічної теорії
Національного юридичного університету
імені Ярослава Мудрого,
Україна, м. Харків
e-mail: shevchenko_ls@ukr.net
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-4567-0310
ResearcherID:
https://www.researcherid.com/rid/M-5894-2017

ГОТОВНІСТЬ ДО МАЙБУТНЬОГО ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА КОМПАНІЇ[1]

Авторка статті досліджує дискусійні питання формування future-ready company. Особлива увага приділяється дослідженням майбутнього та його інструментам – бізнес-футурології, прогнозуванню та форсайтуванню. Готовність компанії до майбутнього розглядається як її конкурентна перевага.

Ключові слова: future-ready company, дослідження майбутнього, футурологія, форсайт, прогнозування, цифрова фірма, цифрова стратегія, цифрова робоча сила, конкуренція.

JEL Classification: E17, M13.

Постановка проблеми. Готовність до майбутнього стає важливою конкурентною перевагою бізнес-організацій і породжує численні дискусії, до яких залучаються не тільки вчені-теоретики, а й практики бізнесу, консалтингові фірми, політологи, журналісти, громадські діячі тощо.

[1] Роботу виконано в межах цільової комплексної програми «Соціально-економічна модернізація України та формування інноваційної моделі розвитку» (номер державної реєстрації 0111u000961).
© Шевченко Л. С., 2022. Стаття публікується на умовах ліцензії Creative Commons – Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).
Статтю розміщено на сайті збірника: http://econtlaw.nlu.edu.ua.

Так, дослідження, проведене Accenture спільно з Oxford Economics серед 1100 топменеджерів по всьому світу в 13 галузях і 11 країнах, зафіксувало появу на ринку компаній нового типу – *Future Ready*. Дослідження включало розроблення економетричних моделей взаємозв'язку між організаційними відмінностями на чотирьох рівнях операційної зрілості («стабільний», «ефективний», «прогнозований» та «готовий до майбутнього») і фінансовими показниками. Кожен із чотирьох рівнів підтримується технологіями, які сприяють ефективності, проникливості та розширенню можливостей. Але перехід лише на один рівень – від «прогнозованого» до «готового до майбутнього» – дає збільшення прибутковості на 5,8 відсоткових пунктів і підвищення ефективності на 18,8%. До future-ready company дослідники віднесли близько 7% фірм від загальної кількості компаній-респондентів. Лідирують автомобільні компанії та страхові оператори [1].

Фахівці міжнародної консалтингової компанії «International Data Corporation» (IDC), що працює в понад 110 країнах, установили теж чотири рівні готовності підприємства до майбутнього: «компанії, що зосереджені на поточному стані», «компанії, що усвідомлюють майбутнє», «компанії, орієнтовані на майбутнє» та «творці майбутнього» – *Future Creators.* Останні мають найкращі бізнес-результати за широким переліком ключових показників ефективності (KPI). До категорії future creators експерти IDC прирахували лише 18% компаній, але визначили сфери, де прямі інвестиції можуть пришвидшити наближення успішного майбутнього. Це: конвергентна інфраструктура, хмара, BDA та орієнтована на майбутнє організаційна практика IT. Найважливішим висновком дослідження IDC є те, що готовність до майбутнього – це безперервний шлях [2].

Аналогічні дослідження проведено швейцарським Інститутом розвитку менеджменту (IMD). Результати аналізу даних публічних компаній за 2010–2021 рр. опубліковано у звіті «Показник готовності до майбутнього». Tesla, Mastercard і Google названо найкращими компаніями щодо готовності до майбутнього [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові публікації, присвячені компаніям future-ready, стосуються різних напрямів їхньої діяльності. Проте сутність, критерії, атрибути й перспективи розвитку таких компаній визначаються неоднозначно і є дискусійними. Більшість дослідників поєднує технологічний та управлінський підходи.

Так, М. Флауердью-Кларк (Mellissa Flowerdew-Clarke) ключовими атрибутами бізнесу, готового до майбутнього, називає: наявність позитивного погляду на зміни; відкритість до нових технологій; активне планування тех-

нологічного майбутнього; розроблення детальних стратегій; розуміння нових технологій; пристосованість до змін [4].

Ф. Морара (Faith Morara) пише: «… компанії, готові до майбутнього, мають три спільні характеристики: вони знають, хто вони і за що вони борються; вони діють із фіксацією на швидкості та простоті; вони ростуть, збільшуючи свою здатність навчатися, впроваджувати інновації та шукати хороші ідеї незалежно від їх походження» [5].

У. Сутарвала (Umme Sutarwala) зазначає, що «готова до майбутнього компанія … базується на стандартизації, гнучкості, стійкості та залученні партнерства для розроблення рішень, що передбачають потреби ринку та споживачів. Клієнти в усіх галузях хочуть, щоб компанії використовували цифровий підхід, і керівники корпоративних технологій повинні прискорити інновації, щоб вирішити цю проблему» [6]. Відповідальність за підготовку компаній до переходу в нове, цифрове середовище більшість власників бізнесу покладають на IT-директорів.

Ш. Герні (Charlotte Gurney) пропонує дев'ять ключових рис компаній, готових до майбутнього, і всі вони так чи інакше пов'язані з управлінням організацією. Серед них: розуміння того, що сильна та стійка культура лежить в основі продуктивності; зосередженість на меті існування бізнесу; прозорість ведення бізнесу й створення цінності; чіткий підхід до управління та оброблення даних, поєднання їх із модульним підходом до процесів і розширеною хмарною інтеграцією; визнання таланту як бізнес-активу; ефективний підбір і розподіл працівників на правильні позиції; відхід від старих ієрархій та перехід до мережі команд і управління; швидке прийняття рішень; сильні зовнішні партнерства як частина бізнесу; зосередженість на навчанні та розвитку, що створює можливості для працівників адаптуватися та підвищувати кваліфікацію, переосмислювати себе й ефективно рухатися вперед у міру зміни обставин [7].

Дж. ДеЛоч (Jim DeLoach) висуває до управлінців майбутнього вимоги: ефективної комунікації зі співробітниками й акціонерами; виховання в компанії гнучкої, адаптивної, стійкої та етичної культури, узгодженої зі стратегією та основними цінностями компанії; побудови в компанії довіри як пріоритет, набуття і збереження позитивної репутації та іміджу [8].

Г. Ю (Howard Yu), Ц. Шан (Jialu Shan), А. Буталікакіс (Angelo Boutalikakis), Л. Темпел (Lawrence Tempel) і З. Баліан (Zuriati Balian) обґрунтували кілька типів універсальної управлінської поведінки компаній, які готові до майбутнього:

універсальна поведінка 1: постійне й швидке розроблення ноу-хау, які можна використовувати в бізнесі;

універсальна поведінка 2: оновлення ментальної моделі лідерами бізнесу шляхом високого рівня навчання та високої впевненості;

універсальна поведінка 3: уміння швидко приймати і перевіряти кожне рішення, чітко виокремлювати ключові рішення в умовах постійних змін, а також оборотні рішення (Джефф Безос із Amazon називає такі рішення «двосторонніми дверима»: від них можна з часом відмовитися, якщо вони не дають потрібних результатів, і перейти до інших);

універсальна поведінка 4: менше турбуватися про те, щоб не відставати від конкурентів, а більше про пошук нової точки зору; пам'ятати про загрозу втрати актуальності.

Бути готовим до майбутнього означає нарощувати свої конкурентні можливості: «… компанія повинна регулярно змінювати свої ноу-хау, щоб залишатися попереду конкурентів у довгостроковій перспективі. Якщо ноу-хау компанії стагнує, вона зіткнеться з конкуренцією з боку наслідувачів, відстане в прогресі та зрештою зазнає краху» [9].

Мета статті – дослідити сутність, основні критерії та передумови створення компанії, готової до майбутнього (future-ready company); запропонувати авторські підходи до розв'язання найбільш спірних аспектів проблеми.

Виклад основного матеріалу. Перш ніж визначати готовність компанії до майбутнього, тим більше творити майбутнє, потрібно майбутнє дослідити. Постають питання: яким буде майбутнє? Які тенденції розвитку очікуються і з якою ймовірністю вони себе виявлять? Який вплив це матиме на організацію? Чи зможе керівництво компанії впевнено просуватися в майбутнє? Відповідей на питання багато, єдності серед дослідників мало.

Першим терміном, який визначав дослідження майбутнього (future studies), був *«форсайт»* (від англ. foresight – погляд у майбутнє, передбачення), і в цьому значенні його використав Г. Уеллс (Herbert George Wells) ще у 1932 р. Але вже в середині 1940-х років німецький професор О. К. Флехтхайм (Ossip Kurt Flechtheim) запропонував термін *«футурологія»* для визначення нової галузі знань, що мала включати нову науку про *ймовірність*. «Дослідження майбутнього прагне зрозуміти, що, *ймовірно*, триватиме й що, *ймовірно*, зміниться. … Частина дисципліни прагне систематичного та ґрунтованого на шаблонах розуміння минулого та сьогодення, а також дослідження *можливості* майбутніх подій і тенденцій» [10]. Дослідження майбутнього повинні сформулювати бачення *можливих, імовірних і бажаних* подій у майбутньому в умовах різних майбутніх сценаріїв, виявити і вивчити *обмеження, виклики та припущення*, що лежать в основі домінуючих і суперечливих поглядів на майбутнє. Для розуміння майбутнього важливо провести різницю між поняттями *ймовірності* та *передбачуваності.* Оскільки ж дослідження більше

зосереджені на довгостроковому майбутньому, особлива увага має бути приділена концепції правдоподібності.

Сучасна футурологія аналізує мегатренди, тенденції та слабкі сигнали. *Мегатренди* ілюструють основні, довгострокові явища, які змінюються повільно, описують складні взаємодії між багатьма факторами та не можуть бути трансформовані миттєво. *Тенденції* виражають зростання або зменшення явища; деякі дослідники стверджують, що тенденції зберігаються в довгостроковій перспективі, впливають на багато соціальних груп, змінюються повільно і мають доволі глибоку основу. На момент свого зародження важко сказати, стане тенденція значущою і приведе до суттєвих змін чи буде тимчасовим явищем. Тенденції починаються як *слабкі сигнали* – певні соціально зумовлені індикатори змін у системах, інформаційні повідомлення для здійснення випереджувальних дій. Іноді це називають інформацією, орієнтованою на майбутнє [10].

У такому ключі працюють футурологічні організації: Асоціація професійних футурологів (США); Всесвітня федерація дослідження майбутнього (заснована в Парижі, Франція); Інститут глобального майбутнього (США); Міжнародна академія досліджень майбутнього (Росія); Фінляндська футурологічна академія (Фінляндія); Естонський інститут футурології (Естонія) [11]. Фахівців у сфері досліджень майбутнього починають готувати і деякі навчальні заклади на кшталт Г'юстонського і Гавайського університетів. В Україні наукові основи бізнес-футурології викладаються в НТУУ «КПІ» у навчальній дисципліні з бізнес-прогнозування [12]. Український портал «Футуролог» спеціалізується на дистанційних курсах, бізнес-тренінгах і онлайн-семінарах із маркетингу, менеджменту, бізнес-футурології та управління стартапами [13].

У багатьох великих закордонних фірмах запроваджено посади футурологів (футуристів) і форсайтерів, яких ще називають форсайт-менеджерами, форсайт-консультантами, організаційними прогнозистами (провісниками), аналітиками тощо. До їхніх обов'язків входять: моніторинг, вивчення і аналіз наукових досліджень, статистичних даних; проведення анкетування, опитувань методом Делфі; прогнозування майбутніх подій і тенденцій і т. п.; формування для компаній образів їхнього майбутнього, аби допомогти підготуватися до непередбачених обставин, максимізувати можливості і зменшити ризики в бізнесі. Кінцева мета – сформувати бажане майбутнє організації або її окремих підрозділів для виживання в нестабільному середовищі.

Однак свої дослідження футурологи здійснюють за допомогою не тільки професійних, але й непрофесійних методів. Через це футурологію не вважають самостійною галуззю знань, хоча тісно пов'язують зі *стратегічним передбаченням*. Е. Вебб (Amy Webb), професорка Школи бізнесу Стерн

(Нью-Йоркський університет) і засновниця компанії «Future Today Institute», вважає, що завдання футурологів – протидіяти невизначеності й зменшувати її, використовуючи для цього різні методи (наприклад, дані та моделювання) [14].

Що можна запропонувати для зміцнення методологічної та методичної бази футурологічних досліджень? Використовувати науковий інструментарій прогнозування і форсайтування. Як відомо, прогнозування (бізнес-прогнозування) сполучає минуле (аналіз стану й поведінки господарської системи в попередній період), сучасне (дослідження поточних тенденцій і чинників змін системи) і майбутнє (визначення параметрів і ймовірну оцінку подальших результатів розвитку) досліджуваної господарської системи. Прогноз повинен містити обґрунтування пріоритетних напрямів розвитку компанії та набуття нею переваг у різних сферах в умовах обмежень, невизначеності та непередбачуваності. Одне з найважливіших завдань прогнозування на рівні бізнес-організації – передбачення можливих варіантів її діяльності в майбутньому під впливом змін у внутрішньому й зовнішньому середовищі. Для проєктування майбутнього дослідникам доцільно застосовувати як пошукове (генетичне), так і нормативно-цільове прогнозування. При цьому спиратися на наукові методи – економетричні моделі (прогнозні розрахунки робляться шляхом обробки статистичних рядів із використанням методів кореляції та модифікованих функцій Кобба – Дугласа, побудови міжгалузевих балансів тощо), методи екстраполяції (трендові методи), методи моделювання, застосування циклічно-генетичних закономірностей розвитку, експертні методи та ін.

Форсайтування – це процес систематичного виявлення нових пріоритетних напрямів інноваційного розвитку й можливих технологічних перспектив, які за умови інвестування зможуть у довгостроковій перспективі істотно впливати на соціально-економічний розвиток країни, регіону, галузі або корпорації. Форсайт дає можливість формулювати мету у вигляді бажаного очікуваного результату, а потім визначати необхідні стани й кроки задля досягнення майбутнього з урахуванням ресурсів, які є або необхідні для цього. Горизонт форсайту – перспектива в 25–50 років. І хоча на відміну від прогнозування до форсайту залучають широке коло експертів, останні у своїй більшості є професіоналами і обов'язково використовують наукові методи – окремо або в комбінації: технологічні (технологічні карти, аналіз частоти згадувань, картирування основних процесів), сценарні (мегатренди, багатокритеріальний аналіз, сценарне планування, написання есе та ін.), аналітичні (Делфі, SWOT-аналіз і/або аналіз інформаційних потоків, екстраполяція), експертної аналітики (методика фокус-груп або панелей експертів, мозковий штурм, робота експертних комісій, огляд літератури тощо). Центром форсайту є побудова

багатоваріантних сценаріїв подій, що ймовірно відбудуться з організацією в майбутньому з одночасним розробленням практичних заходів. Слід погодитися з думкою, що використовуючи сценарії, можна наблизитися до *формування* майбутнього, а не просто його передбачити.

Друга група дискусійних питань стосується обґрунтування критеріїв future-ready company. У більшості публікацій увага звертається на технологічну готовність компанії до майбутнього, її діяльність у сферах використання хмарної інфраструктури, штучного інтелекту, застосування розумних даних, проведення масштабованої автоматизації, створення гнучких робочих процесів. Це правильно, оскільки йдеться про цифрову фірму, яка реалізує цифрову стратегію – вибудовує ділові відносини за допомогою цифрових мереж і технологічних платформ корпоративного класу. Особливої актуальності набувають: інтеграція та постійна готовність до зміни цифрових технологій; створення і пропонування цифрових продуктів; використання цифрових бізнес-моделей – для задоволення вимог нових і мінливих ринків із використанням цифрових інструментів, у тому числі з поступовим переходом на сервісну або платформну бізнес-модель; реалізація концепції «цифрових робочих місць»; розвиток цифрових компетентностей і цифрового мислення у працівників підприємства. Мета цифрової стратегії фірми – досягнення конкурентних переваг, безперервність і ефективність ведення бізнесу.

Однак готовою до майбутнього має бути не тільки технологічна база фірми, а й персонал компанії (future-ready workforce). Зараз він складається з традиційних і гібридних працівників (підрядники, фрілансери тощо), але дедалі актуальнішою стає цифрова робоча сила, яка має цифрові та аналітичні компетентності, що дозволяють забезпечувати новий рівень бізнес-результатів, включаючи підвищення ефективності та прибутковості. В опитуванні Deloitte 74% компаній стверджують, що протягом 12–18 місяців вони повинні перекваліфікувати своїх співробітників, щоб вижити, а співробітники розуміють важливість перекваліфікації: близько 90% співробітників кажуть, що вони повинні регулярно вдосконалювати свої навички. За даними Інституту людського капіталу (HCI), нестача зовнішніх навичок у 60% компаній сповільнить їх прогрес. HCI нещодавно повідомив, що компанія може подолати нестачу працівників і нестабільність ринку за допомогою формальних програм навчання та розвитку, які повинні враховувати всі прогалини в організаційних навичках, що дозволить їм братися за більш складні проєкти. При цьому процес навчання інтегрується в робочий процес. Це вже не навчання на робочому місці; це частина роботи [15].

Готова до майбутнього робоча сила повинна виконувати багато нових ролей, зокрема: Data Scientist (шукає найкращі алгоритми для розв'язання того чи іншого завдання або розроблює нові алгоритми); Data Engineer (займаєть-

ся обробленням даних, їх очищенням, перетворенням); Data Analyst (аналізує дані з метою знаходження інсайтів); Data Labeler (займається розміткою даних і їх перетворенням на набори даних); Applied AI Engineer (знає, як використовувати готові алгоритми й інструменти AI для вирішення прикладних завдань); MLOps (відповідає за автоматизацію навчання моделей та налаштування інфраструктури, на якій навчають і розгортають ML-рішення); Big Data Engineer (працює з великими даними); Data Strategist (відповідає за загальну стратегію підприємства з точки зору роботи з даними; іноді цю роль виконує CIO підприємства). Остання роль у цьому переліку є ключовою на підприємстві з точки зору його підготовки до AI [16].

Не менш проблемним питанням залишається зміст праці майбутнього, зокрема поява й розвиток *біонічних компаній*. Усі вони використовують конкурентні переваги цифровізації, але спираються на штучний інтелект, на систему програмних продуктів, які здатні імітувати людську поведінку. Біонічні компанії розробляють і реалізовують стратегії поєднання «людина + машина», впроваджують бізнес-моделі спільної роботи людини й машини. У найближчому майбутньому очікується поява професії аналітика із взаємодії людини та машини. У Boston Consulting Group (BCG) зазначають, що «штучний інтелект сприяє глобальному переходу людської діяльності від рутинної праці до творчих зусиль, підвищуючи продуктивність, удосконалюючи аналітичні можливості та значно покращуючи споживчий досвід. Згідно з опитуванням BCG-MIT SMR, 84% респондентів вважають, що використання штучного інтелекту все більше стає ключовим джерелом конкурентної переваги, тоді як 75% кажуть, що штучний інтелект дозволив їм вийти на нові сфери бізнесу. Але з огляду на його застосування, яке постійно розширюється, штучний інтелект незабаром може стати не просто способом отримати конкурентну перевагу. Це може стати важливим для виживання. Розблокувати всю потужність штучного інтелекту – непросте завдання» [17].

Далі, готовими до майбутнього мають бути менеджери компанії (future-ready managers). Слід погодитися з думкою, що з традиційних функцій управління – планування, організація, мотивація, контроль, комунікація – у менеджерів майбутнього не залишиться жодної. Невеликі самоорганізовані й мотивовані команди професіоналів за допомогою гнучких підходів (Agile) зможуть самостійно планувати й контролювати власну роботу, комунікувати один з одним і з клієнтами [18]. Основним завданням future-ready managers стає забезпечення постійної *готовності організації до змін*, що є основним компонентом мислення про зростання та особливо важливо в період невизначеності та інновацій [19]. Значущість такої риси у менеджерів майбутнього управлінська наука й практика зрозуміли вже давно. У 2009 р. було створено Асоціацію професіоналів з управління змінами (change management) – ACMP.

В організаційній структурі компаній з'явилися менеджери змін або окремі центри експертизи. Утім, як зазначають фахівці BCG, приблизно 50% усіх проєктів з управління змінами і 75% великомасштабних перетворень не досягають своїх цілей [20]. Тому підготовка організації до майбутнього є складною і поступовою – це питання насамперед методології вибору стратегії та моделі розвитку. Зміни і перетворення у напрямі майбутнього мають бути системними, охоплювати: цілі й завдання; структурні та технологічні перетворення; мотивацію персоналу; розроблення та виведення на ринок нових продуктів, освоєння нових ринкових сегментів тощо; організаційну культуру, установки і поведінку співробітників тощо. При цьому менеджери повинні постійно думати про наступні зміни: завершення одного етапу (програми, проєкту) розвитку організації є початком наступного.

Нарешті, future-ready company повинна мати ефективну *екосистему*. Членами екосистеми вважаються постачальники, дистриб'ютори, покупці, провідні виробники, конкуренти, державні установи й інші зацікавлені особи. Вони тісно пов'язані з компанією і між собою як через конкуренцію, так і через співробітництво, впливають на інших і зазнають впливів на собі, змушені адаптуватися до бізнес-середовища, як у біологічній системі. Однак основою бізнес-екосистем future-ready company стає передусім співробітництво, реалізація спільних цілей та інтересів, а конкуренція відходить на другий план. «Старе мислення полягало в тому, щоб отримати важелі впливу й контролювати ланцюг поставок. Проте дедалі частіше цінність створюється через мережі, де партнери обмінюються даними, кодом і навичками; де спільноти компаній створюють цінність і антикрихкість разом. Організації, готові до майбутнього, розглядають партнерів як продовження себе. Ці відносини мають прозорі межі й високий рівень довіри та взаємної залежності, щоб розділити цінність і дозволити кожному партнеру зосередитися на тому, що він робить найкраще» [5]. Саме так із середини 2010-х років свої екосистеми розвивають Apple, Xiaomi, Huawei, Hono», Alibaba. Серед сформованих бізнес-екосистем – ринки, що об'єднують велику кількість виробників продуктів чи послуг і потенційних клієнтів, у роздрібній торгівлі (Amazon, eBay, Taobao), сфері гостинності (Airbnb, TripAdvisor), послуг із перевезення (Uber); IT-системи та ін.

Висновки. Дослідження майбутнього, що здійснюються представниками сучасної футурології з використанням методологічного інструментарію прогнозування та форсайту, є дуже важливими для визначення перспектив розвитку бізнес-організацій. Їхнім завданням є проєктування бажаного майбутнього організації в нестабільному конкурентному середовищі, а також виявлення ступеня готовності компанії до майбутнього. Основними критеріями

future-ready company є: технологічна готовність компанії до майбутнього на основі цифровізації економіки та бізнесу; готовність до майбутнього співробітників компанії (future-ready workforce), формування цифрової робочої сили з цифровими й аналітичними компетентностями; готовність керівників компанії до змін (future-ready managers), що особливо важливо в період невизначеності та інновацій; наявність ефективної бізнес-екосистеми.

Дослідження проблеми доцільно продовжити шляхом напрацювання методів проєктування майбутнього бізнес-організацій. Подальшого розроблення потребують показники ступеня готовності компанії до майбутнього.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Fast-track to future-ready. Change how work gets done. URL: https://www.accenture.com/dk-en/insights/operations/future-ready-operations (дата звернення: 18.07.2022).
2. Anderson C., Eastwood M., Perry R., Vesset D., Villars R. The Future-Ready Enterprise : Driving Business Results Today While Preparing for the Challenges of Tomorrow : An IDC White Paper, October 2015. URL: https://i.dell.com/sites/csdocuments/Shared-Content_data-Sheets_Documents/en/Dell-Future-Ready-Enterprise-Signature-White-Paper.PDF (дата звернення: 18.07.2022).
3. Tesla, Mastercard, Google top companies for future-readiness: IMD research. *The Economic Times.* 2021. December 15. URL: https://economictimes.indiatimes.com/news/company/corporate-trends/tesla-mastercard-google-top-companies-for-future-readiness-imd-research/articleshow/88300305.cms (дата звернення: 18.07.2022).
4. Flowerdew-Clarke M. Is your business future-ready? April 1, 2021. URL: https://www.deptagency.com/insight/is-your-business-future-ready (дата звернення: 18.07.2022).
5. Morara F. Keys To Becoming A Future Ready Company. May 5, 2021. URL: https://medium.com/qhalahq/keys-to-becoming-a-future-ready-company-ae7e8e7bff83 (дата звернення: 18.07.2022).
6. Sutarwala U. Top 5 Attributes of a Future-Ready Company. May 19, 2021. URL: https://enterprisetalk.com/featured/top-5-attributes-of-a-future-ready-company/ (дата звернення: 18.07.2022).
7. Gurney C. Nine traits of future ready companies. URL: https://www.voltinternational.com/blog/2021/07/nine-traits-of-future-ready-companies (дата звернення: 18.07.2022).
8. DeLoach J. Is Your Company Future Ready? 10 Ways to Focus on and Prepare for the Future. September 24, 2020. URL: https://www.corporatecomplianceinsights.com/is-your-company-future-ready/ (дата звернення: 18.07.2022).
9. Yu H., Shan J., Boutalikakis A., Tempel L., Balian Z. What Makes a Company «Future Ready»? *Harvard Business Review.* March 21, 2022. URL: https://hbr.org/2022/03/what-makes-a-company-future-ready (дата звернення: 18.07.2022).
10. Future studies. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Futures_studies (дата звернення: 18.07.2022).
11. Футуролог. URL: https://khm.dcz.gov.ua/publikaciya/futurolog (дата звернення: 18.07.2022).

12. Юдіна Н. В. Бізнес-прогнозування : навч.-метод. комплекс дисципліни освіт. програм «Промисловий маркетинг» та «Бізнес-аналітика» спец. 075 «Маркетинг» першого (бакалавр.) рівня вищої освіти. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 77 с.
13. Футуролог : портал. URL: http://futurolog.com.ua (дата звернення: 18.07.2022).
14. Світ після кризи: думки футурологів. 01.06.2020. URL: https://kmbs.ua/ua/article/futurologists-about-the-world-after-crisis (дата звернення: 18.07.2022).
15. Kapadia V. How to Build a Future-Ready Workforce? May 23, 2022. URL: https://www.gyrus.com/how-to-build-a-future-ready-workforce (дата звернення: 18.07.2022).
16. Краковецький О. Новий простір: як бізнесу підготуватись до ери штучного інтелекту. URL: https://mind.ua/openmind/20214722-novij-prostir-yak-biznesu-pidgotuvatis-do-eri-shtuchnogo-intelektu (дата звернення: 18.07.2022).
17. Artificial Intelligence: Ready to Ride the Wave? / Boston Consulting Group. December 2021. URL: https://media-publications.bcg.com/BCG-Executive-Perspectives-AI-Ready-to-Ride-the-Wave.pdf (дата звернення: 18.07.2022).
18. Сердюк А. Чем будет заниматься менеджер в будущем и какие навыки ему понадобятся? URL: https://happymonday.ua/chem-budet-zanimatsja-menedzher-budushhego (дата звернення: 18.07.2022).
19. Tim. Future-ready means disruption-ready. 2022, January 18. URL: https://www.agiledrop.com/blog/future-ready-means-disruption-ready (дата звернення: 18.07.2022).
20. Change Management / Boston Consulting Group. URL: https://www.bcg.com/capabilities/business-transformation/change-management (дата звернення: 18.07.2022).

REFERENCES

1. *Fast Track to Future-Ready Performance. Change how work gets done.* (n.d.). https://www.accenture.com/dk-en/insights/operations/future-ready-operations
2. Anderson, C., Eastwood, M., Perry, R., Vesset, D., & Villars, R. (2015, October). *The Future-Ready Enterprise.* Driving Business Results Today While Preparing for the Challenges of Tomorrow [White paper]. IDC. https://i.dell.com/sites/csdocuments/Shared-Content_data-Sheets_Documents/en/Dell-Future-Ready-Enterprise-Signature-White-Paper.PDF
3. Tesla, Mastercard, Google top companies for future-readiness: IMD research. (2021, December 15). *The Economic Times*. https://economictimes.indiatimes.com/news/company/corporate-trends/tesla-mastercard-google-top-companies-for-future-readiness-imd-research/articleshow/88300305.cms
4. Flowerdew-Clarke, M. (2021, April 1). *Is your business future-ready?* https://www.deptagency.com/insight/is-your-business-future-ready
5. Morara, F. (2021, May 5). *Keys To Becoming A Future Ready Company*. https://medium.com/qhalahq/keys-to-becoming-a-future-ready-company-ae7e8e7bff83
6. Sutarwala, U. (2021, May 19). *Top 5 Attributes of a Future-Ready Company*. https://enterprisetalk.com/featured/top-5-attributes-of-a-future-ready-company/
7. Gurney, C. (2021). *Nine traits of future ready companies*. https://www.voltinternational.com/blog/2021/07/nine-traits-of-future-ready-companies

8. DeLoach, J. (2020, September 24). *Is Your Company Future Ready? 10 Ways to Focus on and Prepare for the Future.* https://www.corporatecomplianceinsights.com/is-your-company-future-ready/
9. Yu, H., Shan, J., Boutalikakis, A., Tempel, L., & Balian, Z. (2022, March 21). What Makes a Company "Future Ready"? *Harvard Business Review.* https://hbr.org/2022/03/what-makes-a-company-future-ready
10. Future studies. (n.d.). In *Wikipedia.* https://en.wikipedia.org/wiki/Futures_studies
11. *Futuroloh [Futurologist]*. (n.d.). https://khm.dcz.gov.ua/publikaciya/futurolog [in Ukrainian].
12. Yudina, N. V. (2021). *Biznes-prohnozuvannia [Business forecasting].* KPI im. Ihoria Sikorskoho [in Ukrainian].
13. *Futuroloh: portal [Futurologist: portal]*. (n.d.). http://futurolog.com.ua [in Ukrainian].
14. *Svit pislia kryzy: dumky futurolohiv [The world after the crisis: opinions of futurologists]*. (2020, June 1). https://kmbs.ua/ua/article/futurologists-about-the-world-after-crisis [in Ukrainian].
15. Kapadia, V. (2022, May 23). *How to Build a Future-Ready Workforce?* https://www.gyrus.com/how-to-build-a-future-ready-workforce
16. Krakovetskyi, O. (2020, August 20). *Novyi prostir: yak biznesu pidhotuvatys do ery shtuchnoho intelektu [The new space: How businesses can prepare for the era of artificial intelligence]*. https://mind.ua/openmind/20214722-novij-prostir-yak-biznesu-pidgotuvatis-do-eri-shtuchnogo-intelektu [in Ukrainian].
17. Boston Consulting Group. (2021, December). *Artificial Intelligence: Ready to Ride the Wave?* https://media-publications.bcg.com/BCG-Executive-Perspectives-AI-Ready-to-Ride-the-Wave.pdf
18. Serdiuk, A. (2019, April 23). *Chem budet zanimat'sya menedzher v budushchem i kakie navyki emu ponadobyatsya? [What will the manager do in the future and what skills will he need?].* https://happymonday.ua/chem-budet-zanimatsja-menedzher-budushhego [in Russian].
19. Tim. (2022, January 18). *Future-ready means disruption-ready.* https://www.agiledrop.com/blog/future-ready-means-disruption-ready
20. Boston Consulting Group. *Change Management*. (n.d.). https://www.bcg.com/capabilities/business-transformation/change-management

Стаття надійшла до редакції 21.07.2022
Стаття пройшла рецензування 16.08.2022
Стаття рекомендована до опублікування 29.08.2022

L. S. SHEVCHENKO
Doctor of Economic Sciences, Full Professor, Professor of Economic Theory Department, Yaroslav Mudryi National Law University, Ukraine, Kharkiv

FUTURE READINESS AS A COMPANY'S COMPETITIVE ADVANTAGE

Problem setting. Future readiness is an important competitive advantage of business organizations. This is indicated by research conducted by Accenture together with Oxford

Economics, the international consulting company "International Data Corporation" (IDC), the Swiss Institute for Management Development (IMD).

Recent research and publication analysis. Scientific publications dedicated to future-ready companies cover various areas of their activity. However, the essence, criteria, attributes and development prospects of such companies are debatable. Most researchers combine technological and managerial approaches.

Paper objective is to explore the essence, main criteria and prerequisites for creating a future-ready company, and to offer original approaches to solving the most controversial aspects of the problem.

Paper main body. The author of the article analyzes two discussion problems.

The first problem concerns the future studies by representatives of futurology using the methodology of foresight and forecasting. Modern futurology is closely related to strategic forecasting. Therefore, future studies are especially relevant for business organizations. In many large foreign companies, the positions of futurologists (futurists), foresight managers, etc. have been introduced. Their task is to shape the desired future of the organization in an unstable competitive environment.

The second problem is the basic criteria of a future-ready company. According to the author, these are:

technological readiness of the company for the future, innovative development based on digitalization of the economy and business; the centre of movement towards the future is the strategy of transforming the firm into a digital one in order to achieve competitive advantages and business efficiency;

readiness for the future of the company's workforce (future-ready workforce). It now consists of traditional and hybrid workers (contractors, freelancers, etc.). But the relevance of a digital workforce that has digital and analytical competencies that allow providing a new level of business results is growing;

readiness for the future of company managers. The main task of future-ready managers is to ensure the constant readiness of the organization for changes, which is especially important in a period of uncertainty and innovation;

the presence of an effective ecosystem, the basis of which is partnership and cooperation, the realization of common goals and interests of its participants, and their competition recedes into the background.

Conclusions. It is advisable to continue the study of the problem by developing methods for designing the future of business organizations. Indicators of the degree of future readiness of the company need to be developed.

Short abstract for an article

Abstract. The author of the article investigates the discussion problems of forming a future-ready company. Special attention is paid to the future studies and their tools –

business futurology, foresight and forecasting. A company's readiness for the future is seen as its competitive advantage.

Key words: future-ready company, future studies, futurology, foresight, forecasting, digital firm, digital strategy, digital workforce, competition.

Article details:
Received: 21 July 2022
Revised: 16 August 2022
Accepted: 29 August 2022

Рекомендоване цитування: Шевченко Л. С. Готовність до майбутнього як конкурентна перевага компанії. *Економічна теорія та право*. 2022. № 3 (50). С. 124–137. DOI: https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-124.

Suggested citation: Shevchenko, L. S. (2022). Hotovnist do maibutnoho yak konkurentna perevaha kompanii [Future readiness as a company's competitive advantage]. *Ekonomichna teoriia ta pravo – Economic Theory and Law*, *3*(50), 124–137. https://doi.org/10.31359/2411-5584-2022-50-3-124 [in Ukrainian].

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ СТАТЕЙ, ЯКІ ПОДАЮТЬСЯ ДО ЗБІРНИКА НАУКОВИХ ПРАЦЬ «ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ПРАВО»

Для публікації статті необхідно подати до редакції:

– *електронний варіант статті*, надісланий на електронну адресу редколегії: econom_theory@ukr.net;

– *примірник статті*, роздрукований на принтері, вичитаний і підписаний усіма авторами, з позначкою про дату її надходження до редакції;

– *довідку про автора (-ів)*: прізвище, ім'я, по батькові повністю, посада та місце роботи, науковий ступінь, вчене звання, контактна інформація (телефон, особистий e-mail автора, поштова адреса (з індексом) організації, де працює автор), ідентифікатор ORCID ID, розділ збірника, у якому доцільніше розмістити статтю;

– *рецензія* кандидата чи доктора наук відповідної спеціальності та *витяг із протоколу* засідання відповідної кафедри (відділу) про рекомендацію статті до друку, якщо автори не мають наукового ступеня;

– **фотографію автора** *(співавторів)* статті форматом 4×5,5 з розширенням *.jpg, якості 600×600 dpi;

– *ліцензійну згоду* автора (або співавторів) на розміщення статті в мережі Інтернет на сайті Наукової бібліотеки Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого (http://library.nlu.edu.ua/), сайтах журналу «Економічна теорія та право» (http://econtlaw.nlu.edu.ua) та Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (http://www.nbuv.gov.ua).

Технічні вимоги до статті

Обсяг статті – 18–30 аркушів, включаючи рисунки, таблиці, графіки, список використаної літератури, розширену анотацію.

Текст статті має бути набраний у текстовому редакторі WORD for WINDOWS шрифтом Times New Roman, кегль – 14, міжрядковий інтервал – 1,5, абзацний відступ – 1,25 см, береги: ліворуч – 3 см, праворуч – 1,5 см, угорі та внизу – 2 см. Орієнтація – книжкова.

При підготовці рукопису не слід користуватися для форматування тексту пробілами, табуляцією тощо; застосовувати колонтитули та автоматичне перенесення слів. Таблиці повинні мати вертикальну орієнтацію і будуватися за допомогою майстра таблиць редактора Word, формули необхідно готувати в редакторі Microsoft Equation Editor 2.0. Не допускається використання сканованих або сфотографованих схем, рисунків, таблиць тощо.

Вимоги щодо оформлення статті:

– у лівому верхньому куті першої сторінки зазначається *шифр УДК*;

– наступний рядок – *відомості про автора (співавторів) мовою статті*: прізвище, ім'я, по батькові (великими літерами, шрифт напівжирний), науковий ступінь,

вчене звання, повна назва посади, установи, де працює чи навчається автор (співавтори); місто, де розташована організація, та країна; e-mail і ORCID ID автора;

– у правому верхньому куті першої сторінки розміщується *фото автора (авторів)*;

– нижче по центру наводиться *назва статті мовою статті* (великими літерами, шрифт напівжирний);

– *джерела фінансування досліджень*. Якщо стаття містить матеріали досліджень, що проводилися в межах грантів, цільових програм, фундаментальних або прикладних досліджень за рахунок видатків державного бюджету або за фінансової підтримки інших установ, указати цей факт у виносці до заголовка статті. Такі роботи заслуговують на особливу увагу та схвалення журналів, що включені до наукометричних баз.

Наприклад:

[1] Роботу виконано в межах цільової комплексної програми «Соціально-економічна модернізація України та формування інноваційної моделі розвитку» (номер державної реєстрації 0111u000961) та фундаментального дослідження «Науково-теоретичні проблеми формування, розвитку та інституційної побудови правової економіки в Україні» за рахунок видатків державного бюджету (номер державної реєстрації 0115U000326);

– *коротка анотація* **до статті** (до 50 слів) і *ключові слова* (5–7) мовою статті (кегль – 12, міжрядковий інтервал – 1,5).

Для статей, написаних на економічну тематику, під «Ключовими словами» вказується *JEL Classification* (кількість – від 1 до 5, в одному рядку. Наприклад: JEL Classification: I23, M21). Більш детально:

http://en.wikipedia.org/wiki/JEL_classification_codes;

– *текст статті;*

– *список використаної літератури;*

– *references;*

– *розширена анотація обсягом від 2 до 3 тис. знаків англійською мовою* (кегль – 14, міжрядковий інтервал – 1,5).

Анотація англійською мовою повинна відповідати таким вимогам: інформативність (не містити загальних слів); оригінальність (бути написаною автентичною англійською мовою); змістовність (відображати основний зміст статті та результати досліджень); структурованість (дотримуватися логіки викладу матеріалу в статті), компактність. Анотація має лаконічно описувати авторські результати та висновки, а не загальну ситуацію по проблемі. Ключові слова мають бути максимально специфічними, слід уникати загальної термінології та не повторювати назву статті.

Структура наукової статті:

– *постановка проблеми* в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями;

– *аналіз останніх досліджень і публікацій*, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спирається автор статті, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячено статтю;

– *формулювання цілей* статті (постановка завдання);

– *виклад основного матеріалу* дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;

– *висновки* з цього дослідження і *перспективи* подальшого розвитку в цьому напрямі.

Список використаних джерел

наводиться в кінці статті (кегль – 12). Використана література подається загальним списком за порядком її згадування в тексті у квадратних дужках (наприклад, [1, с. 22], або [1], або [1; 5]). Усі статистичні дані, цитати мають бути підкріплені та закінчуватися посиланнями на джерела. Слід уникати посилань на газети, підручники, навчальні посібники. Редакційна колегія рекомендує посилатися на статті з наукових збірників із глобальними індексами цитування (Scopus, Web of Science).

Список використаних джерел має складатися з двох частин: СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ та REFERENCES.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ – список джерел мовою оригіналу, оформлених відповідно до українського стандарту бібліографічного опису (ДСТУ 8302:2015: Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. Київ, 2016).

REFERENCES – список використаної літератури, транслітерований у романському алфавіті й оформлений згідно з міжнародним бібліографічним стандартом APA:

http://www.apastyle.org/ *або*

http://www.apastyle.org/learn/quick-guide-on-references.aspx

http://www.ecu.edu/cs-dhs/laupuslibrary/upload/apa_style_guide_6th_ed_oct09.pdf

http://soskin.info/userfiles/file/CHASOPYS/APA-2010.pdf

https://library.westernsydney.edu.au/main/sites/default/files/cite_APA.pdf

Назви періодичних українсько- та російськомовних видань (журналів, збірників і матеріалів конференцій) у REFERENCES подаються транслітерацією та англійською мовою.

Транслітерування українських джерел: http://www.slovnyk.ua/services/translit.php

Транслітерування російських джерел: http://translit.net/

Якщо мовою статті є англійська, бібліографічний опис джерел не транслітерується.

Робота редакції з авторами

Рукопис статті передається на *подвійне сліпе рецензування* членами редколегії та експертами відповідно до наукового напряму статті. Остаточне рішення про публікацію приймає редакційна колегія, яка має право відхиляти матеріали, повертати їх на доопрацювання, скорочувати й редагувати.

Матеріали, які надійшли до редакції з порушенням зазначених вимог, не реєструються й не розглядаються, а повертаються авторам для доопрацювання.

Точка зору редакційної колегії може не збігатися з точкою зору авторів статей.

Автор (співавтори) статті є відповідальним за правильність і достовірність викладеного матеріалу, належність останнього йому особисто, точність викладених у роботі фактів (даних) та якість перекладу цитат з іншомовних джерел (за наявності).

Зразки ліцензійної згоди на публікацію (додаток 1), анотації до статті англійською мовою (додаток 2) та оформлені статті (додаток 3) розміщено на сайті збірника наукових праць «Економічна теорія та право»: http://econtlaw.nlu.edu.ua/.

Порядок рецензування статей

Рецензування рукописів наукових статей, поданих авторами у збірник «Економічна теорія та право», спрямовано на підтримку високої якості економічних і юридичних досліджень та убезпечення їхніх результатів від плагіату і недобросовісного використання. Принципами рецензування є незалежність, об'єктивність, висока компетентність, обґрунтованість висновків, етичність та неупередженість наукової експертизи. У збірнику друкуються матеріали, які раніше не публікувалися і не призначені для одночасної публікації в інших виданнях.

Стаття приймається до розгляду лише за умови, що вона відповідає вимогам до авторських оригіналів статей, надрукованим у збірнику.

Перед передачею на рецензування всі статті перевіряються на відсутність плагіату (неправомірного запозичення), актуальність, відповідність до наукової спрямованості (профілю) збірника. При виявленні плагіату або недостовірних даних і посилань стаття знімається з рецензування.

Рецензування рукописів є подвійним сліпим *(double-blind peer review)* і передбачає рецензування та рекомендацію наукової статті до опублікування членом (або членами) редакційної колегії збірника, який є експертом із проблем, що досліджуються автором, а також запрошеними вітчизняними або закордонними фахівцями в певній галузі економіки та права.

Головні вимоги до рецензентів збірника та їх персональний склад визначаються рішенням редакційної колегії.

Рецензент рукопису повинен визначити актуальність, самостійність, методологічну та теоретичну обґрунтованість, новизну та практичне значення результатів дослідження, відповідність до вимог щодо структури та оформлення статей, що публікуються у фахових виданнях, відповідність статті науковому рівню, тематиці, вимогам і редакційній політиці збірника наукових праць «Економічна теорія та право» та доцільність її публікації.

Якщо в рецензії містяться рекомендації щодо виправлення і доопрацювання статті, редакційна колегія направляє автору текст рецензії з пропозицією врахувати їх при підготовці нового варіанта статті або аргументовано їх спростувати. Стаття, надана автором у редакцію після усунення зауважень, розглядається в загальному

порядку. Остаточне рішення щодо публікації статті приймається редакційною колегією, яка має право відхиляти матеріали, повертати їх на доопрацювання, скорочувати й редагувати. Редакційна колегія зобов'язана за вимогою автора надати йому рецензії (текст рецензії при анонімній експертизі) для вивчення, усунення недоліків та здійснення необхідних доповнень і виправлень.

Стаття, не рекомендована рішенням редакційної колегії до публікації, до повторного розгляду не приймається.

Політика антиплагіату

З метою забезпечення високої якості та унікальності опублікованих матеріалів усі статті, що надходять до редакції, попередньо перевіряються на виявлення текстових запозичень (плагіату) із використанням Антиплагіатної інтернет-системи StrikePlagiarism.com, що є в розпорядженні Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого.

До розгляду не приймаються:

– статті, що містять менш ніж 85 % унікального тексту, за винятком оглядів (рецензій) наукових праць, які можуть вимагати певної кількості цитувань;

– статті, зміст яких повністю або частково повторює інші опубліковані чи розміщені автором у мережі Інтернет матеріали (дисертацію, автореферат, монографію, наукову статтю, тези, звіт про наукову діяльність тощо);

– статті, створені рерайтом.

Редакція рекомендує авторам здійснювати самостійно попередню перевірку своїх статей на виявлення плагіату з використанням будь-яких онлайн-сервісів.

Відповідальна за випуск *О. С. Марченко*
Коригування *П. О. Білоуса*
Комп'ютерна верстка *А. Т. Гринченка*

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
КВ № 21210-11010 ПР від 16.02.2015

Підписано до друку 15.09.2022.
Формат 70×100/16. Папір офсетний. Гарнітура Times.
Ум. друк. арк. 11,1. Обл.-вид. арк. 9.
Тираж 100 прим. Вид. № 3069

Адреса редакції:
Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого,
вул. Пушкінська, 77, Харків, 61024, Україна
Тел.: +38 (057) 704-11-35; +38 (057) 704-92-58
E-mail: kafekonom@nlu.edu.ua, econom_theory@ukr.net
Сайт: http://econtlaw.nlu.edu.ua

Видавець – видавництво «Право» Національної академії правових наук України
та Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого,
вул. Чернишевська, 80-А, Харків, 61002, Україна
Тел./факс +38 (057) 716-45-53
Сайт: https://pravo-izdat.com.ua
E-mail для авторів: verstka@pravo-izdat.com.ua
E-mail для замовлень: sales@pravo-izdat.com.ua
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів
видавничої продукції – серія ДК № 4219 від 01.12.2011

Виготовлювач – ТОВ «ПРОМАРТ»,
вул. Весніна, 12, Харків, 61023, Україна
Тел. +38 (057) 717-28-80
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів
видавничої продукції – серія ДК № 5748 від 06.11.2017

Для нотаток