

# ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ: ЕКОНОМІКА, ФІНАНСИ, ПРАВО



**Науковий журнал**

*Виходить 6 разів на рік*

*Заснований у січні 2010 р.*

*Журнал визнано МОН України*

*як фахове видання з економічних наук  
категорії «Б»*

**2022**  
**№6(125)**

## РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

*Головний редактор*

**МАЗАРАКІ Анатолій Антонович**, д. е. н., професор, ректор ДТЕУ

*Заступник головного редактора*

**ПРИТУЛЬСЬКА Наталія Володимирівна**, д. т. н., професор,  
перший проректор з науково-педагогічної роботи ДТЕУ

*Відповідальний секретар*

**МЕЛЬНИЧЕНКО Світлана Володимирівна**, д. е. н., професор,  
проректор з наукової роботи ДТЕУ

*Члени редакційної колегії (за галузями наук)*

### *з економічних наук:*

**БЄЛОСТЄЧНИК Григорій**, д. е. н., професор, ректор Академії економічної освіти Молдови (*Молдова*).  
**ВОЛОСОВИЧ Світлана Василівна**, д. е. н., професор, професор кафедри фінансів ДТЕУ (*Україна*).  
**ГАЙДУКЕВИЧ Агнешка**, д. е. н., професор кафедри міжнародної торгівлі Краківського економічного університету (*Польща*).

**ГОНЕТ Войцех**, д. е. н., доцент Університету природничо-гуманітарних наук у Седльце (*Польща*).  
**ГОСПОДАРОВИЧ Анджей**, д. е. н., професор Вроцлавського економічного університету (*Польща*).  
**ДОБІЯ Мечислав**, д. е. н., професор Краківського економічного університету (*Польща*).  
**ДУТНЕНЬ Ганна Володимирівна**, д. е. н., професор, завідувач кафедри світової економіки ДТЕУ (*Україна*).  
**КАЛЮЖНА Наталія Геннадівна**, д. е. н., професор кафедри світової економіки ДТЕУ (*Україна*).  
**КАНСВА Тетяна Володимирівна**, д. е. н., доцент, декан факультету фінансів та обліку, Державний торговельно-економічний університет (*Україна*).

**КОРЖ Марина Володимирівна**, д. е. н., професор, професор кафедри світової економіки ДТЕУ (*Україна*).  
**ЛАПЕ Наталя**, д. е. н., професор Ризького технічного університету (*Латвія*).  
**МЕЛЬНИК Тетяна Миколаївна**, д. е. н., професор, завідувач кафедри міжнародного менеджменту ДТЕУ (*Україна*).

**МОТОРИН Руслан Миколайович**, д. е. н., професор, професор кафедри статистики та економетрії ДТЕУ (*Україна*).

**ФЕДУН Ігор Леонідович**, д. е. н., професор кафедри світової економіки ДТЕУ (*Україна*).  
**ШЛОСАРЧИК Богуслав**, д. е. н., професор Жешувського університету (*Польща*).

### *з юридичних наук:*

**ВАЩЕНКО Юлія Вячеславівна**, д. ю. н., доцент, професор кафедри адміністративного права, Київський національний університет імені Тараса Шевченка (*Україна*).

**ГУРЖІЙ Тарас Олександрович**, д. ю. н., професор, завідувач кафедри адміністративного, фінансового та інформаційного права ДТЕУ (*Україна*).

**КАВКА Інга**, д. ю. н., професор Інституту права, адміністрації та економіки Краківського педагогічного університету (*Польща*).

**ЛАНДЕ Роберт**, професор права Балтиморського університету (*США*).

**МАЗАРАКІ Наталія Анатоліївна**, д. ю. н., професор, завідувач кафедри міжнародного, цивільного та комерційного права ДТЕУ (*Україна*).

**МОНТЕЙРО ФЕРНАНДЕС Антоніо**, д. ю. н., професор Нового університету Лісабону (*Португалія*).  
**ОЛІЙНИК Олег Вікторович**, д. ю. н., с. н. с., професор кафедри правового забезпечення безпеки бізнесу ДТЕУ (*Україна*).

**ОНДРОВА Драгомира**, д. ю. н., завідувач кафедри державної політики і теорії державного управління, факультет державного управління, Університет Павла Йозефа Шафарика у Кошиці (*Словаччина*).

**ОСИКА Сергій Григорович**, к. ю. н., професор кафедри світової економіки ДТЕУ (*Україна*).

**ПРИМАК Володимир Дмитрович**, д. ю. н., професор кафедри міжнародного, цивільного та комерційного права ДТЕУ (*Україна*).

**ПУСТОВІТ Юлія Юрївна**, к. ю. н., доцент кафедри адміністративного, фінансового та інформаційного права ДТЕУ (*Україна*).

**СОБАКАРЬ Андрій Олександрович**, д. ю. н., професор, завідувач кафедри адміністративного права, процесу та адміністративної діяльності, Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ (*Україна*).

**ХМЕЛКО Ірина**, д. ф. н., доцент, Університет Теннессі в Чаттануга, штат Теннессі (*США*).

**ЯКУШЕВИЧ Адам**, д. ю. н., доцент Інституту права, адміністрування та менеджменту Університету Казимира Великого в Бидгощі (*Польща*).

Засновник, редакція,  
видавець і виготовлювач

**ДЕРЖАВНИЙ  
ТОРГОВЕЛЬНО-  
ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ**

Завідувач редакції  
І. В. Кривицька

Редактори: Е. Ю. Кириченко,  
Н. С. Барабаш, М. В. Дубко,  
Л. М. Сафіулліна  
Художньо-технічний редактор  
Л. В. Чернокозінська

Підписано до друку 13.12.2022.  
Тираж 200 пр. Зам. 333.

Адреса редакції, видавця,  
виготовлювача:  
вул. Кіото, 19, м. Київ,  
Україна, 02156  
Телефон редакції: 531-31-16  
E-mail: [zt@knu.edu.ua](mailto:zt@knu.edu.ua)

Свідчення  
про державну реєстрацію  
серія КВ № 25165-15105ІРР  
від 27.06.2022

Індекс журналу в Каталозі видань  
України на 2022 рік – 09641

Надруковано на обладнанні ДТЕУ  
Свідчення суб'єкта видавничої  
справи серія ДК № 7656  
від 05.09.2022

Видається за рекомендацією  
Вченої ради ДТЕУ  
(протокол засідання № 4  
від 24.11.2022)

Статті проходять рецензування.  
Передрук і переклади матеріалів,  
опублікованих у журналі,  
дозволяються лише зі згоди  
автора та редакції



## З М І С Т

---

### МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ

---

<b>МЕРЕЖКО Н., КАРАВАЄВ Т., КАЛУГА Н.</b>	Митна політика України під час збройної агресії РФ	4
<b>МЕЛЬНИК Т., ЗАВГОРОДНЯ Є.</b>	IT-сектор України на світовому ринку: 2022	17
<b>КОРЖ М., СОВА В., ФОМІЧЕНКО І.</b>	Маркетингова стратегія виходу українських IT-компаній на світовий ринок	37
<b>ФОМІНА О., РОМАШКО О., ШАПОВАЛОВА А.</b>	Державне регулювання операцій з імпорту в умовах воєнного стану	55

---

### ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР

---

<b>ЧУБАЄВСЬКИЙ В.</b>	Світова практика управління подіями інформаційної безпеки корпорацій	73
<b>КРЕХІВСЬКИЙ О., САЛІХОВА О.</b>	Повоєнна модернізація промисловості: внутрішні та зовнішні ресурси	83
<b>БОСОВСЬКА М., БОЙКО М., БОВШ Л.</b>	Міжнародні програми страхування у сфері гостинності	105

---

### ВИЩА ОСВІТА

---

<b>АЛДАНЬКОВА Г., БОЖКО Т.</b>	Генерація професійних компетентностей рекламістів	125
------------------------------------	---	-----

---

## C O N T E N T

---

### INTERNATIONAL TRADE

---

<b>MEREZHKO N., KARAVAYEV T., KALUHA N.</b>	Customs policy of Ukraine during the armed aggression of the rf	4
<b>MELNYK T., ZAVHORODNYA E.</b>	The <i>IT</i> sector of Ukraine on the world market: 2022	17
<b>KORZH M., SOVA V., FOMICHENKO I.</b>	Marketing strategy of Ukrainian <i>IT</i> companies entering the world market	37
<b>FOMINA O., ROMASHKO O., SHAPOVALOVA A.</b>	State regulation of import operations under martial law	55

---

### ECONOMIC SPACE

---

<b>CHUBAIEVSKYI V.</b>	Global practice of corporate information security events management	73
<b>KREKHIVSKYI O., SALIKHOVA O.</b>	Post-war industrial modernization: internal and external resources	83
<b>BOSOVSKA M., BOIKO M., BOVSH L.</b>	International insurance programs in the field of hospitality	105

---

### HIGHER EDUCATION

---

<b>ALDANKOVA H., BOZHKO T.</b>	Generation of professional competencies of advertisers	125
------------------------------------	--	-----

---

---

---

# МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ

---

---

Merezhko N., Karavayev T., Kaluha N. Mytna polityka Ukraïny pid chas zbrojnoi' agresii' rf. *Zovnishnja torgivlja: ekonomika, finansy, pravo*. 2022. № 6. S. 4-16. Serija. Ekonomichni nauky. [https://doi.org/10.31617/3.2022\(125\)01](https://doi.org/10.31617/3.2022(125)01)

УДК 339.543(477):355.01

**МЕРЕЖКО Ніна,**

д. т. н., професор, завідувач кафедри товарознавства та митної справи  
Державного торговельно-економічного університету

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна  
ORCID: 0000-0003-3077-9636  
[n.merezhko@knu.edu.ua](mailto:n.merezhko@knu.edu.ua)

**КАРАВАЄВ Тарас,**

д. т. н., професор, професор кафедри товарознавства та митної справи  
Державного торговельно-економічного університету

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна  
ORCID: 0000-0003-4429-2474  
[t.karavayev@knu.edu.ua](mailto:t.karavayev@knu.edu.ua)

**КАЛУГА Ніна,**

к. х. н., доцент кафедри товарознавства та митної справи  
Державного торговельно-економічного університету

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна  
ORCID: 0000-0002-0901-5052  
[n.kaluga@knu.edu.ua](mailto:n.kaluga@knu.edu.ua)

DOI: 10.31617/3.2022(125)01

**MEREZHKO Nina,**

Doctor of Sciences (Technical), Professor,  
Head of Department of Commodity Science  
and Customs Affairs  
State University of Trade and Economics

19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine  
ORCID: 0000-0003-3077-9636  
[n.merezhko@knu.edu.ua](mailto:n.merezhko@knu.edu.ua)

**KARAVAYEV Taras,**

Doctor of Sciences (Technical), Professor,  
Professor of Department of Commodity  
Science and Customs Affairs  
State University of Trade and Economics

19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine  
ORCID: 0000-0003-4429-2474  
[t.karavayev@knu.edu.ua](mailto:t.karavayev@knu.edu.ua)

**KALUHA Nina,**

PhD (Chemical),  
Associate Professor of Department of  
Commodity Science and Customs Affairs  
State University of Trade and Economics

19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine  
ORCID: 0000-0003-1827-8548  
[n.kaluga@knu.edu.ua](mailto:n.kaluga@knu.edu.ua)

## МИТНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ ПІД ЧАС ЗБРОЙНОЇ АГРЕСІЇ РФ

***Вступ.** Після запровадження воєнного стану Держмитслужба працює в режимі 24/7 та виконує свої завдання. На законодавчому рівні ухвалено значну кількість нормативно-правових актів, що не лише спрощують порядок митного оформлення товарів, транспортних засобів, а й надають певні пільги для імпортерів. Ці заходи спрямовані на оперативне забезпечення населення та Збройних Сил України всім необхідним у період війни.*

## CUSTOMS POLICY OF UKRAINE DURING THE ARMED AGGRESSION OF THE RF

***Introduction.** After introduction of martial law, the State Customs Service works 24/7 and performs its tasks. At the legislative level, a significant number of normative legal acts have been adopted, which not only simplify the procedure for customs clearance of goods and vehicles, but also provide certain benefits for importers. These measures are aimed at providing the population and the Armed Forces of Ukraine with everything necessary during the war.*

© Мережко Н., Караваєв Т., Калуга Н., 2022

Автори не отримували прямого фінансування для цього дослідження.

Внесок авторів є рівнозначним.

**Проблема.** В умовах воєнного стану митні процедури за здійснення митного оформлення товарів зазнали змін, що пов'язані зі спрощенням порядку ввезення окремих видів товарів. Зокрема спрощено митне оформлення вантажів гуманітарної допомоги, внесено зміни в оподаткування легкових автомобілів, бензину і моторних і дизельного пального, забезпечення Збройних Сил України всім необхідним у період війни тощо. Це потребує детального аналізу та вивчення.

**Метою** статті є вивчення та систематизація інформації щодо особливостей здійснення митної справи в умовах воєнного стану.

**Методи.** Інформаційною базою стали наукові публікації вітчизняних учених, нормативно-правова та законодавча база України. Використано методи аналізу та синтезу, наукового узагальнення та порівняння.

**Результати.** Проаналізовано діяльність митних органів в забезпеченні реалізації митної політики в умовах воєнного стану. Проведено аналіз тенденцій експортно-імпорتنих операцій в Україні. Охарактеризовано законодавчі новації, що стосуються спрощення митних процедур, зменшення часових нормативів на виконання митних формальностей та оперативне здійснення митного оформлення різних груп товарів. Розроблено пропозиції щодо удосконалення діяльності української митниці.

**Висновки.** Митним органам варто посилювати співпрацю з органами влади, бізнесом з метою ліквідації вузьких місць. Робота української митниці має бути синхронізована з митними адміністраціями країн ЄС, що дасть змогу прискорити проходження товарів через кордони і максимально сприятиме міжнародній торгівлі.

**Ключові слова:** Держмитслужба, митні органи, митне оформлення, спрощення митних процедур, митні формальності.

**Problem.** Under martial law, customs procedures for the customs clearance of goods have been changed, which were mainly related to the simplification of the procedure for importing certain types of goods. In particular, the customs clearance of humanitarian aid cargoes has been simplified, changes have been made to the taxation of passenger cars, motor gasoline and diesel fuel, provision of the Armed Forces of Ukraine with everything necessary during the war, etc. This requires detailed analysis and study.

**The aim** of the article is to study and systematize information on the specifics of customs affairs under martial law.

**Methods.** The information base contains scientific publications of domestic scientists, normative legal and legislative framework of Ukraine. The methods of analysis and synthesis, scientific generalization and comparison are used.

**Results.** The activities of customs authorities in ensuring the implementation of customs policy in the conditions of martial law are analyzed. An analysis of export-import trends in Ukraine was carried out. Legislative innovations related to simplification of customs procedures, reduction of time standards for customs formalities and prompt implementation of customs clearance of various groups of goods are characterized. Proposals have been developed to improve the activities of the Ukrainian customs.

**Conclusions.** Customs authorities need to strengthen cooperation with authorities and businesses in order to eliminate bottlenecks. The work of the Ukrainian customs must be synchronized with the customs administrations of the EU countries, which will make it possible to speed up the passage of goods across the borders and promote international trade as much as possible.

**Keywords:** State Customs Service, customs authorities, customs clearance, simplification of customs procedures, customs formalities.

JEL Classification: F13, F14, E62.

**Конфлікт інтересів:** Автори заявляють, що вони не мають фінансових чи нефінансових конфліктів інтересів щодо цієї публікації; не мають відносин з державними органами, комерційними або некомерційними організаціями, які могли б бути зацікавлені у поданні цієї точки зору. З огляду на те, що автори працюють в установі, яка є видавцем журналу, що може зумовити потенційний конфлікт або підозру в упередженості, остаточне рішення про публікацію цієї статті (включно з вибором рецензентів і редакторів) приймалося тими членами редколегії, які не пов'язані з цією установою.

**Вступ.** В умовах воєнного стану Державна митна служба України, як і інші державні установи, працює в режимі 24/7 та виконує свої завдання. Усі митні підрозділи продовжують працювати у штатному режимі, окрім тих, що тимчасово зупинені через ведення активних бойових дій у зоні їхньої діяльності, зокрема в Херсонській, Донецькій та Луганській областях. До того ж Держмитслужбою оперативно здійснено перерозподіл працівників цих митниць для виконання ними посадових обов'язків в інших регіонах країни. Близько 400 посадових

осіб призвані до лав Збройних Сил України або територіальної оборони та віддано захищають державу від загарбника [1].

Парламент, уряд України та профільні органи виконавчої влади ухвалили значну кількість нормативно-правових актів, що не лише спрощують порядок митного оформлення товарів, транспортних засобів, а й надають певні пільги для імпортерів. Ці заходи спрямовані на оперативне, безперешкодне та повноцінне забезпечення населення та Збройних Сил України всім необхідним у такий складний час [2].

**Проблема.** В умовах воєнного стану митні процедури за здійснення митного оформлення товарів зазнали змін, що пов'язані зі спрощенням порядку ввезення окремих видів товарів. Зокрема спрощено митне оформлення вантажів гуманітарної допомоги, внесено зміни в оподаткування легкових автомобілів, бензинів моторних і дизельного пального, забезпечення Збройних Сил України всім необхідним у період війни тощо. Це потребує детального аналізу та вивчення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** показав, що системні дослідження особливостей митного оформлення товарів в умовах воєнного стану відсутні. Можна зазначити низку праць, що висвітлюють питання функціонування митних органів і здійснення зовнішньоекономічних операцій у період російської збройної агресії. Так, у дослідженні В. Мирончук, М. Матвєєва та Н. Голомши висвітлено зміни в організації митних процедур забезпечення зовнішньоекономічної діяльності, що внесені у законодавство та митну практику під час дії воєнного стану в Україні [3]. Питання спрощення порядку митного оформлення товарів, транспортних засобів, а також запровадження певних пільг для імпортерів через введення воєнного стану охарактеризовані у статті Д. Накліцького та Є. Герасимчук [2]. Окремі аспекти запровадження нових правових норм валютного, податкового та митного регулювання в період війни окреслені у праці Г. Тасліцького [4]. Проте зазначені публікації не мають системного характеру та не можуть претендувати на повноту аналізу проблем і викликів, пов'язаних з впливом воєнних дій на здійснення митної справи в Україні.

**Метою** статті є вивчення та систематизація інформації щодо особливостей здійснення митної справи в умовах воєнного стану.

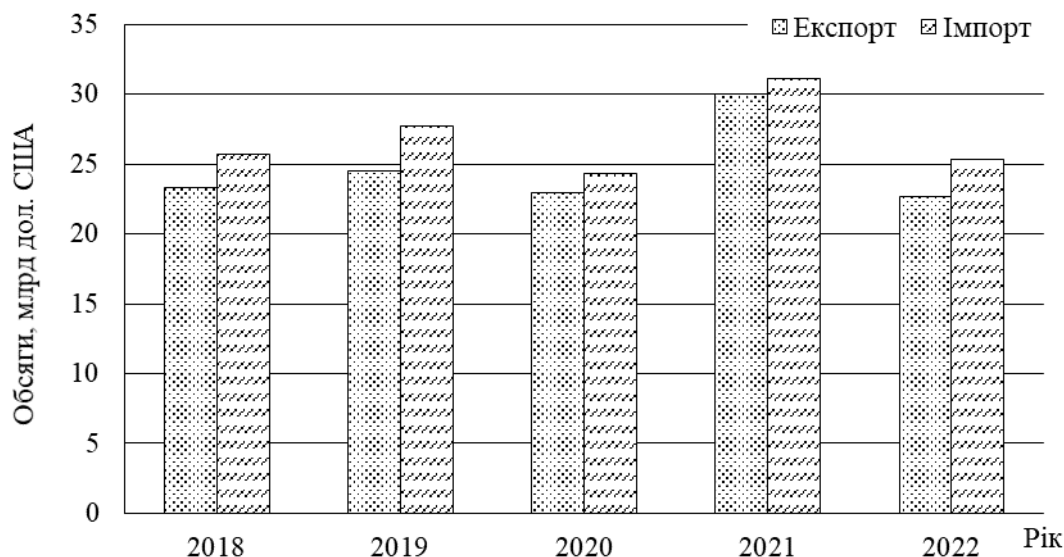
**Методи.** Інформаційною базою є наукові публікації вітчизняних учених (монографії, наукова періодика), нормативно-правова та законодавча база України. Використано методи аналізу та синтезу, наукового узагальнення та порівняння наукових джерел.

**Результати дослідження.** Державною митною службою України вживаються найоперативніші заходи з урегулювання проблемних питань в умовах воєнного стану. Так, з початку збройної агресії Держмитслужбою прийнято рішення про невідкладну видачу всіх конфіскованих товарів, наявних на складах митниці, на потреби Збройних Сил та інших військових формувань України. Передано понад тисячу транспортних засобів, а також зброю, оптичні приціли,

тепловізори, квадрокоптери, ноутбуки, планшети, мобільні телефони, медичне обладнання тощо [1].

На початку війни багато бізнес-процесів загальмувалися чи взагалі призупинилися. Це певною мірою позначилося й на показниках діяльності митних органів. За даними Державної митної служби України, товарообіг за 6 місяців 2022 р. становив 48 млрд дол. США (для порівняння: 2021 р. цей показник – 61,1 млрд дол. США, тобто відбулося зменшення товарообігу на 27.3 %) [1].

У січні-червні поточного року обсяг імпорту в Україну досяг майже 18 млн т товарів на загальну суму 25.3 млрд дол. США. Якщо порівнювати ці показники з аналогічними даними за попередні роки, побачимо, що вони знизилися на 18.6 % відносно 2021 р., проте перевищують показники 2020 р. на 1 млрд дол. США (рис. 1).



**Рис. 1. Динаміка експортно-імпортних операцій в Україні в I півріччі 2018–2022 рр. у вартісному вираженні, млрд дол. США**

Джерело: складено авторами за [1].

Як бачимо з рис. 1, за I півріччя 2022 р. експорт з України обсягом 50.2 млн т товарів продемонстрував найнижчий показник експортних операцій у вартісному вираженні за останні 5 років. Найбільше зростання обсягів експорту за цей період спостерігалось у 2021 р.

Найбільші обсяги імпорту у січні-червні поточного року надходили до України з Китаю (3.5 млрд дол. США), Німеччини (2.2 млрд дол. США) та Польщі (2.1 млрд дол. США). До основних категорій товарів, які ввезені на митну територію України, належать машини, устаткування та транспорт (7 млрд дол. США), паливно-енергетичні товари (6.4 млрд дол. США), продукція хімічної промисловості (4.6 млрд дол. США). Експорт товарів з України спрямований до Китаю (4.3 млрд дол. США),

Польщі (2.3 млрд дол. США) та Туреччини (1.8 млрд дол. США). До трійки найбільш експортованих з України товарів увійшли: продовольчі товари (10.1 млрд дол. США), метали та вироби з них (4 млрд дол. США), машини, устаткування та транспорт (2.4 млрд дол. США).

У перші місяці війни спостерігалось падіння надходжень до держбюджету за напрямами діяльності Держмитслужби вчетверо-вп'ятеро. Та завдяки зупиненню просування ворога територією України і, як наслідок, поступовій нормалізації суспільно-економічних відносин у країні бізнес почав працювати, намітилось поживавлення у виробництві, торгівлі, обігу товарів. Тож спостерігається поступове збільшення надходжень митних платежів: у березні надходження становили 7.7 млрд грн, у квітні – 8.3 млрд грн, у травні – 9.5 млрд грн, у червні перераховано понад 12 млрд грн [1]. Провідну позицію по митній системі за обсягом адміністрованих до державного бюджету коштів впевнено займає Київська митниця. Так, протягом червня 2022 р. підприємці по зовнішньоекономічних операціях в зоні діяльності Київської митниці сплатили до держбюджету 3.7 млрд грн митних платежів [5]. Порівняно з попереднім місяцем надходження до бюджету держави збільшилися на третину (+927 млн грн). У середньоденних показниках це 168 млн грн щодня.

З метою спрощення митних процедур, зменшення часових нормативів на виконання митних формальностей та оперативного здійснення митного оформлення товарів на законодавчому рівні закріплено низку важливих новацій, що стосуються діяльності митних органів в умовах воєнного стану. Насамперед, впроваджено безпрецедентні заходи стосовно спрощення ввезення на територію України гуманітарної допомоги. Постановою КМУ № 174 від 01.03.2022 «Деякі питання пропуску гуманітарної допомоги через митний кордон України в умовах воєнного стану» закріплено норми, згідно з якими на період дії воєнного стану пропуск через митний кордон України гуманітарної допомоги здійснюється за місцем перетину митного кордону України шляхом подання в паперовій або електронній формі декларації, заповненої особою, що перевозить відповідний товар, без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності [6].

Особи, які ввозять в Україну гуманітарну допомогу, також мають можливість створити електронну декларацію в особистому кабінеті на Єдиному державному інформаційному веб-порталі «Єдине вікно для міжнародної торгівлі». Можливість подання декларацій в електронній формі значно спрощує та пришвидшує оформлення гуманітарної допомоги за рахунок інтеграції з інформаційною системою митниці. Крім того, товари визнаються гуманітарною допомогою за декларативним принципом без прийняття відповідного рішення спеціально уповноважених державних органів з питань гуманітарної допомоги. Пропуск через митний кордон України товарів гуманітарної допомоги



здійснюється за умови подання до митних органів гарантійного листа кінцевого користувача товарів.

На сьогодні середній час оформлення одного транспортного засобу з гуманітарним вантажем на кордоні з урахуванням проведення необхідних контрольних процедур становить 10–15 хвилин [1]. Завдяки цьому вдалося домогтись відсутності черг у пунктах пропуску з суміжними країнами на західному кордоні. Станом на початок липня загальний обсяг ввезених в Україну гуманітарних вантажів від початку війни становить майже 616 тис. т, серед яких лікарські засоби, медичне обладнання, продукти харчування, військове спорядження, одяг, взуття, а також понад 30 тис. транспортних засобів.

У рамках домовленостей президентів України та Польщі про максимальне усунення бар'єрів під час перетину кордону започатковано проєкт «Відкритий кордон» [1; 7]. Для цього планується у декілька етапів реконструювати існуючі пункти пропуску, побудувати нові та запровадити спільний митно-прикордонний контроль з державами-сусідами на західному кордоні. Покращенню пропускнуої спроможності сприятиме, зокрема, збільшення кількості смуг з 4 до 10 з розділенням потоків легкового та вантажного транспорту. Так, лише за місяць роботи модернізованого в межах проєкту «Відкритий кордон» пункту пропуску Краківець–Корчова Львівської митниці Держмитслужби спостерігається відчутне збільшення пропускнуої спроможності у напрямку виїзду з України – майже на 50 %.

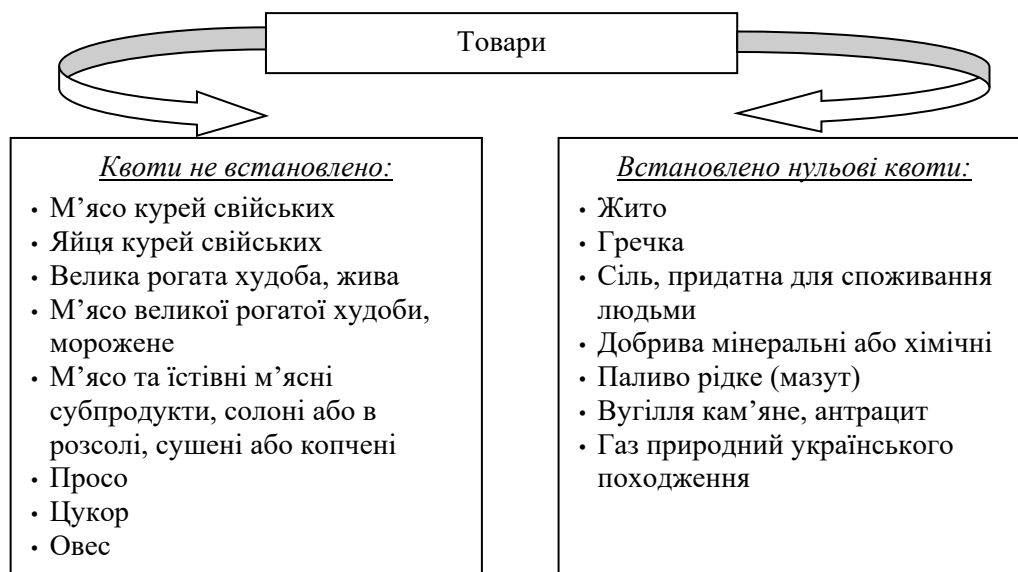
На початку збройної агресії росії проти України для зменшення податкового тиску та спрощення ведення бізнесу на законодавчому рівні запроваджено звільнення імпорту товарів від сплати митних платежів [8; 9]. Зокрема від сплати ввізного мита звільнялись товари, що ввозились фізичними особами-підприємцями та юридичними особами незалежно від системи оподаткування. Від сплати ПДВ звільнялись товари, що ввозились «спрощенцями» I–III груп, які не є платниками ПДВ. Однак звільненню від сплати ввізного мита не підлягали підакцизні товари (спирт етиловий, алкогольні напої, пиво, тютюнові вироби, рідини, що використовуються в електронних сигаретах). Своєю чергою на деякі товари (бензин моторний, дизельне паливо, скраплений газ) встановлено нульову ставку акцизного податку та зменшено розмір ПДВ до 7 %.

Також нормативно передбачено тимчасове звільнення від сплати митних платежів для фізичних осіб під час ввезення транспортних засобів, серед яких легкові авто та кузови до них; напівпричепи та причепи; вантажні транспортні засоби та транспортні засоби, призначені для перевезення вантажів та понад 10 осіб; мотоцикли.

З огляду на необхідність забезпечення стабільнішого функціонування економіки та належного наповнення дохідної частини бюджету Законом України від України від 21 червня 2022 р. № 2325-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих

актів України щодо перегляду окремих пільг з оподаткування» запроваджені пільги на імпорт товарів та окремих транспортних засобів з 1 липня поточного року скасовано (крім пільг по сплаті митних платежів за імпорт бензину, дизельного палива, скрапленого газу) [10]. Зокрема за весь час так званого «нульового» митного оформлення транспортних засобів, що тривав у квітні–червні 2022 р., ввезено майже 237 тис. одиниць цих товарів. Пільги зі сплати платежів становили 26.1 млрд грн [1]. Наразі митне оформлення транспортних засобів проводиться у порядку, встановленому законодавством, що діяло до скасування платежів (знову сплачується ввізне мито, ПДВ, акцизний податок).

Основними змінами, що стосуються експортних операцій у I півріччі 2022 р., є доповнення переліку товарів, експорт яких підлягає ліцензуванню (рис. 2) [11]. До цього переліку внесено: м'ясо курей і м'ясо великої рогатої худоби, яйця курей, а також стратегічні товари для України, зокрема просо, цукор, овес. Разом з цим уряд зменшив до нуля квоти на експорт жита, гречки, соли, тобто держава фактично заборонила експорт зазначених товарів. Підставою для митного оформлення товарів, експорт яких підлягає ліцензуванню, є дозвільний документ – ліцензія, що видається Мінекономіки (на період воєнного стану порядок видачі ліцензій також спрощено, оскільки зменшено перелік документів, необхідних для отримання ліцензії на експорт).



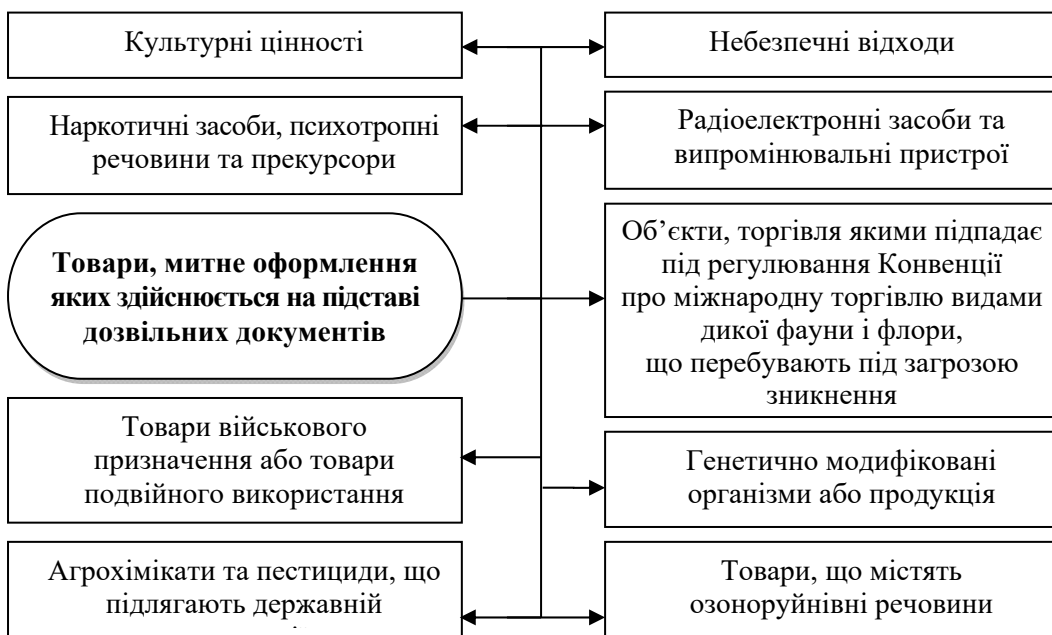
**Рис. 2. Перелік товарів, експорт яких підлягає ліцензуванню, та обсяги встановлених квот на 2022 р.**

*Джерело:* складено авторами за [11].

Серед суттєвих спрощень, що стосуються порядку митного оформлення товарів до припинення чи скасування воєнного стану на території України, також варто виокремити такі новації [9]:

- скасування плати суб'єктами ЗЕД за виконання митних формальностей митними органами поза місцем їх розташування або поза робочим часом, установленим для них;

- документальні перевірки дотримання вимог законодавства України з питань митної справи, зокрема щодо своєчасності, достовірності, повноти нарахування та сплати митних платежів, не розпочинаються, а розпочаті перевірки зупиняються. Акти (довідки) про результати документальних перевірок, зустрічних звірок, заперечення до актів перевірок і податкові повідомлення-рішення не надсилаються;
- продовження строку реєстрації об'єктів права інтелектуальної власності у митному реєстрі об'єктів права інтелектуальної власності здійснюється відповідним програмно-інформаційним комплексом Єдиної автоматизованої інформаційної системи митних органів України в автоматичному режимі;
- пропуск на митну територію України та/або випуск відповідно до заявленої мети на митній території України товарів, які за кодом згідно з УКТЗЕД та описом можуть належати, але за своїми характеристиками та фізико-хімічними властивостями не належать до товарів, на які встановлено заборони та/або обмеження, здійснюються митними органами на підставі заяви декларанта або уповноваженої ним особи про незастосування до таких товарів встановлених відповідними законами заборон та/або обмежень (рис. 3).



**Рис. 3. Перелік товарів, на які встановлено заборони та/або обмеження щодо їх переміщення через митний кордон України**

Джерело: складено авторами за [11].

Аналізуючи перелік товарів, які підпадають під заборонно-обмежувальні заходи, варто зауважити, що відповідно до постанови КМУ № 426 від 09.04.2022 встановлено повну заборону на ввезення на митну територію України в митному режимі імпорту товарів з росії через військову агресію цієї держави [12]. При цьому товари,

переміщення яких територією російської федерації здійснено транзитом, та товари, ввезені з росії, зокрема товари походженням з третіх країн, дає змогу декларувати в митний режим імпорту, якщо їх ввезення в Україну здійснено до 24 лютого 2022 р. включно.

Низка пунктів пропуску автомобільного, залізничного та авіаційного сполучення через державний кордон та пункти контролю тимчасово закрито [13] (здебільшого це стосується пунктів пропуску на кордоні з росією, білоруссю, а також тих, що знаходяться у безпосередній близькості від районів, де ведуться активні бойові дії).

Через бойові дії на території України та блокаду морських портів відбулась кардинальна зміна ланцюгів поставок [1]. Загалом понад половини (55 %) вантажів в Україні переміщувалася саме морським транспортом. На другому місці залізничний транспорт (33 %), далі – автомобільний (12 %). Нині фактично лєвова частка обсягів поставок припадає на залізничний (56 %) і автомобільний транспорт (26 %).

Сьогодні пріоритет в діяльності митних органів – це переміщення вантажів гуманітарної допомоги, паливно-мастильних матеріалів, сільгосп-продукції. Аби пришвидшити проходження митних формальностей, Держмитслужбою ухвалено рішення звести до мінімуму застосування додаткових контрольних процедур, зокрема: лабораторні дослідження, відбір зразків, залучення фахівців профільних підрозділів, проведення митних оглядів тощо. Також у пунктах пропуску встановлено окремі смуги руху для переміщення товарів, здійснено перерозподіл особового складу, збільшено кількість митників, що працюють у пунктах пропуску.

Направляючи основні зусилля на реалізацію митної політики в умовах викликів повномасштабної війни, що розпочата російською федерацією, митні органи продовжують успішно виконувати одне з основних завдань – запобігання та протидія контрабанді, боротьба з порушеннями митних правил на всій митній території України. Так, за I півріччя 2022 р. митниці Державної митної служби України виявили 6.4 тис. порушень митних правил на суму 1.9 млрд грн [1]. Вилучено предметів правопорушень на суму понад 392 млн грн (зокрема промислових товарів на 238.6 млн грн, продовольчих товарів та сільгосппродукції на 7.6 млн грн, валюти майже на 121.6 млн грн, транспортних засобів майже на 24 млн грн). Безпосередньо митницями розглянуто 6805 справ про порушення митних правил. Застосовано адміністративне стягнення у вигляді штрафу на суму майже 276 млн грн. На розгляд до суду митницями передано 3295 справ про порушення митних правил на суму 1.7 млрд грн. За результатами розгляду справ судами накладено стягнень (конфіскація товарів та штрафи) на суму понад 900 млн грн, і це на 24 % більше за аналогічний показник 2021 р.

Підтвердженням ефективної роботи Держмитслужби в напрямі запобігання порушенням митних правил є діяльність Київської митниці, посадовими особами якої виявлено цинічну спробу столичних підприємців

ввезти задля наживи на підставі підроблених документів майже 400 бронежилетів з балістичними пластинами IV класу захисту загальною вартістю понад 3 млн грн [5]. Підставою для ввезення в Україну такої категорії товарів є або Сертифікат кінцевого споживача з подальшою безоплатною передачею бронежилетів цьому споживачеві, або застосування заходів державного контролю з отриманням відповідного дозволу на ввезення бронежилетів, що дає можливість вільно розпоряджатися та продавати товар. На цю партію бронежилетів було надано підроблений Сертифікат для уникнення державного контролю під час ввезення цих товарів. Київською митницею складено протокол про порушення митних правил. Бронежилети в комплекті з пластинами вилучено до винесення судом рішення у справі.

Важливою складовою діяльності Держмитслужби в умовах воєнного стану залишається митна інтеграція з ЄС. Робота в цьому напрямі продовжується, свідченням чого є ухвалення рішення про запрошення України до Конвенції про процедуру спільного транзиту (*NCTS*) та до Конвенції про спрощення формальностей у торгівлі товарами [1; 14]. Рішення прийнято на засіданні робочої групи з питань відповідних конвенцій за результатами розгляду висновків фінальної Оціночної місії Генерального директорату з питань оподаткування та Митного союзу Європейської комісії (*DG TAXUD*), яка відбулася 23–24 червня 2022 р.

Після приєднання України до Конвенції про процедуру спільного транзиту український бізнес зможе користуватися такими перевагами та спрощеннями:

- одна транзитна декларація та одна гарантія для переміщення товарів між 36 країнами (з країнами ЄС, Великою Британією, Туреччиною, Сербією, Північною Македонією, Ісландією, Норвегією, Ліхтенштейном та Швейцарією);
- авторизовані підприємства зможуть відправляти та отримувати товари на своєму підприємстві без заїзду на митні термінали;
- українські фінансові гарантії діятимуть ще у 35 країнах світу.

«Митний безвіз» – це поштовх для розвитку логістичних, комерційних і торгівельних хабів в Україні та важливий крок майбутнього членства України в ЄС [14]. Відповідно, перед українською митницею постають нові та дуже важливі завдання досягнення європейських митних стандартів.

**Висновки.** Держмитслужба України стала однією з найперших інституцій, діяльність якої зазнала відчутних змін через введення воєнного стану. Робота митних органів з перших днів збройної агресії російської федерації спрямована на забезпечення чіткої та злагодженої роботи всіх працюючих пунктів пропуску для забезпечення оперативного ввезення та митного оформлення товарів, які є необхідними в умовах воєнного стану. Насамперед це стосується пропуску через митний кордон України вантажів гуманітарної допомоги,

товарів для потреб Збройних Сил України, товарів критичного імпорту, паливно-мастильних матеріалів, агропродукції.

Парламент, уряд України та профільні органи виконавчої влади ухвалили значну кількість нормативно-правових актів, що не лише спрощують порядок митного контролю та оформлення товарів, транспортних засобів, а й надають певні пільги для імпортерів по сплаті митних платежів.

Виклики воєнного часу певною мірою позначилися на показниках діяльності Держмитслужби. Тому митним органам необхідно посилювати співпрацю з органами влади, бізнесом з метою ліквідації вузьких місць. Робота української митниці має бути синхронізована з митними адміністраціями країн ЄС, що дасть змогу прискорити проходження товарів через кордони і максимально сприятиме міжнародній торгівлі.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний сайт Державної митної служби України. URL: <https://customs.gov.ua>.
2. Накліцький Д., Герасимчук Є. Митне оформлення товарів на період воєнного стану: ключові новації для бізнесу. URL: [https://biz.ligazakon.net/news/210518\\_mitne-oformlennya-tovarv-na-perod-vonnogo-stanu-klyuchov-novats-dlya-bznesu](https://biz.ligazakon.net/news/210518_mitne-oformlennya-tovarv-na-perod-vonnogo-stanu-klyuchov-novats-dlya-bznesu).
3. Мирончук В. М., Матвеев М. Е., Голомша Н. Є. Митні процедури забезпечення зовнішньоекономічної діяльності України в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-43>.
4. Таслицький Г. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в період запровадження воєнного стану. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/zovnishnoekonomichna-diyalnist/regulyuvannya-zovnishnoekonomichnoyi-diyalnosti-v-period-zaprovadzhennya-voennogo-stanu.html>.
5. Київська митниця Держмитслужби. URL: <https://www.facebook.com/KYIVcustomsUA/>.
6. Деякі питання пропуску гуманітарної допомоги через митний кордон України в умовах воєнного стану: Постанова Кабінету Міністрів України від 01.03.2022 № 174. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/174-2022-p#Text> (дата звернення 20.07.2022).
7. Старт проекту «Відкритий кордон»: Україна та Польща збільшать пропускну спроможність пункту «Краковець – Корчова». URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/start-proektu-vidkritij-kordon-ukrayina-ta-polshcha-zbilshat-propusknu-spromozhnist-punktu-krakovec-korchova>.
8. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану: Закон України від 15.03.2022 № 2120-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text> (дата звернення 20.07.2022).
9. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо вдосконалення законодавства на період воєнного стану: Закон України від 24.03.2022 № 2142-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2142-20#Text> (дата звернення 20.07.2022).
10. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо перегляду окремих пільг з оподаткування: Закон України від 21.06.2022 № 2325-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2325-20#Text> (дата звернення 22.07.2022).
11. Про затвердження переліків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню, та квот на 2022 рік: Постанова Кабінету Міністрів України від .....

- 29.12.2021 № 1424. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1424-2021-p#Text> (дата звернення 20.07.2022).
12. Про застосування заборони ввезення товарів з Російської Федерації: Постанова Кабінету Міністрів України від 09.04.2022 № 426. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/426-2022-p#Text> (дата звернення 18.07.2022).
13. Про тимчасове закриття деяких пунктів пропуску через державний кордон та пунктів контролю: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 26.02.2022. № 188-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/188-2022-p#Text> (дата звернення 18.07.2022).
14. Митний безвіз – ухвалено рішення про запрошення України до митних Конвенцій про процедуру спільного транзиту (NCTS) та спрощення торгівлі товарами. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/mytnyi-bezviz-ukhvaleno-rishennia-pro-zaproshehnia-ukrainy-do-mytnykh-konventsii-pro-protseduru-spilnoho-tranzytu-ncts-ta-sproshchennia-torhivli-tovaramy#>.

## REFERENCES

1. Oficijnyj sajt Derzhavnoi' mytnoi' sluzhby Ukrai'ny [Official website of the State Customs Service of Ukraine] <https://customs.gov.ua> [in Ukrainian].
2. Naklic'kyj, D., & Gerasymchuk, Je. Mytne oformlennja tovariv na period vojenного станu: ključovi novacii' dlja biznesu [Customs clearance of goods during martial law: key innovations for business]. [https://biz.ligazakon.net/news/210518\\_mitne-oformlennja-tovariv-na-perod-vonnogo-stanu-klyuchov-novats-dlja-bznesu](https://biz.ligazakon.net/news/210518_mitne-oformlennja-tovariv-na-perod-vonnogo-stanu-klyuchov-novats-dlja-bznesu) [in Ukrainian].
3. Myronchuk, V. M., Matvejev, M. E., & Golomsha, N. Je. 2022Mytni procedury zabezpečennja zovnishn'oeconomichnoi' dijal'nosti Ukrai'ny v umovah vijny [Customs procedures for ensuring Ukraine's foreign economic activity in wartime conditions]. *Ekonomika ta suspil'stvo – Economy and society*, 39. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-43> [in Ukrainian].
4. Taslic'kyj, G. Reguljuvannja zovnishn'oeconomichnoi' dijal'nosti v period zaprovadzhennja vojenного станu [Regulation of foreign economic activity during the introduction of martial law]. <https://jur-gazeta.com/publications/practice/zovnishnoeconomy-diyalnist/regulyvannja-zovnishnoeconomy-diyalnosti-v-period-zaprovadzhennja-voennogo-stanu.html> [in Ukrainian].
5. Kyi'vs'ka mytneja Derzhmyt'sluzhby [Kyiv Customs of the State Customs Service]. <https://www.facebook.com/KYIVcustomsUA> [in Ukrainian].
6. Dejaki pytannja propusku gumanitarnoi' dopomogy cherez mytnyj kordon Ukrai'ny v umovah vojenного станu: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrai'ny vid 01.03.2022 № 174 [Some issues of the passage of humanitarian aid through the customs border of Ukraine under martial law: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 01.03.2022 № 174]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/174-2022-p#Text> (data zvernennya 20.07.2022) [in Ukrainian].
7. Start projektu «Vidkrytyj kordon»: Ukrai'na ta Pol'shha zbil'shat' propusknu spromozhnist' punktu «Krakovec' – Korchova» [Start of the «Open Border» project: Ukraine and Poland will increase the throughput capacity of the «Krakowec – Korchova» point]. <https://www.kmu.gov.ua/news/start-proektu-vidkritij-kordon-ukrayina-ta-polshcha-zbilshat-propusknu-spromozhnist-punktu-krakovec-korchova> [in Ukrainian].
8. Pro vnesennja zmin do Podatkovogo kodeksu Ukrai'ny ta inshyh zakonodavchyh aktiv Ukrai'ny shhodo dii' norm na period dii' vojenного станu: Zakon Ukrai'ny vid 15.03.2022 № 2120-IX [On amendments to the Tax Code of Ukraine and other legislative acts of Ukraine regarding the effect of norms during the period of martial law: Law of Ukraine dated March 15, 2022 № 2120-IX]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text> (data zvernennya 20.07.2022) [in Ukrainian].

9. Pro vnesennja zmin do Podatkovogo kodeksu Ukrai'ny ta inshyh zakonodavchyh aktiv Ukrai'ny shhodo dii' norm na period dii' vojenного станu: Zakon Ukrai'ny vid 15.03.2022 № 2120-IX [On amendments to the Tax Code of Ukraine and other legislative acts of Ukraine regarding the effect of norms during the period of martial law: Law of Ukraine dated March 15, 2022 № 2120-IX]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2142-20#Text> (data zvernennya 20.07.2022) [in Ukrainian].
10. Pro vnesennja zmin do Podatkovogo kodeksu Ukrai'ny ta inshyh zakonodavchyh aktiv Ukrai'ny shhodo peregljadu okremyh pil'g z opodatkuвання: Zakon Ukrai'ny vid 21.06.2022 № 2325-IX [On amendments to the Tax Code of Ukraine and other legislative acts of Ukraine regarding the revision of certain tax benefits: Law of Ukraine dated June 21, 2022 № 2325-IX]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2325-20#Text> (data zvernennya 22.07.2022) [in Ukrainian].
11. Pro zatverdzhennja perelikiv tovariv, eksport ta import jakyh pidljagaje licenzuvannju, ta kvot na 2022 rik: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrai'ny vid 29.12.2021 № 1424 [On approval of the lists of goods whose export and import are subject to licensing, and quotas for 2022: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 29.12.2021 № 1424]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1424-2021-p#Text> (data zvernennya 20.07.2022) [in Ukrainian].
12. Pro zastosuvannja zaborony vvezennja tovariv z Rosijs'koi' Federacii': Postanova Kabinetu Ministriv Ukrai'ny vid 09.04.2022 № 426 [On the application of the ban on the import of goods from the Russian Federation: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 09.04.2022 № 426]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/426-2022-p#Text> (data zvernennya 18.07.2022) [in Ukrainian].
13. Pro tymchasove zakryttja dejakyh punktiv propusku cherez derzhavnyj kordon ta punktiv kontrolju: Rozporjadzhennja Kabinetu Ministriv Ukrai'ny vid 26.02.2022. № 188-p. [On the temporary closure of some checkpoints across the state border and post checkpoints: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated February 26, 2022. № 188-p.]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/188-2022-r#Text> (data zvernennya 18.07.2022) [in Ukrainian].
14. Mytnyj bezviz – uhvaleno rishennja pro zaproshennja Ukrai'ny do mytnyh Konvencij pro proceduru spil'nogo tranzytu (NCTS) ta sproshhennja torgivli tovaramy [Customs visa-free – a decision was made to invite Ukraine to the Customs Conventions on Common Transit Procedures (NCTS) and Simplification of Trade in Goods]. <https://www.kmu.gov.ua/news/mytnyi-bezviz-ukhvaleno-rishennia-pro-zaproshennia-ukrainy-do-mytnykh-konventsii-pro-protseduru-spilnoho-tranzytu-ncts-ta-sproshchennia-torhivli-tovaramy#> [in Ukrainian].

*Надійшла до редакції 28.07.2022.*

*Прийнято до друку 19.09.2022.*

*Публікація онлайн 23.12.2022.*



Melnyk T., Zavorodnya E. *IT-sektor Ukrainy na svitovomu rynku: 2022. Zovnishnja torgivlja: ekonomika, finansy, pravo.* 2022. № 6. S. 17-36. Serija. Ekonomichni nauky. [https://doi.org/10.31617/3.2022\(125\)02](https://doi.org/10.31617/3.2022(125)02)

УДК 004.738.5(477):339.9

**МЕЛЬНИК Тетяна,**

д. е. н., професор, завідувач кафедри міжнародного менеджменту  
Державного торговельно-економічного університету

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна  
ORCID: 0000-0002-1667-9383  
t.melnyk@knu.edu.ua

DOI: 10.31617/3.2022(125)02

**MELNYK Tetyana,**

Doctor of Sciences (Economics), Professor  
Head of the Department of International Management  
State University of Trade and Economics

19, Kyoto St., 02156, Kyiv, Ukraine  
ORCID: 0000-0002-1667-9383  
t.melnyk@knu.edu.ua

**ЗАВГОРОДНЯ Єлизавета,**

аспірант кафедри міжнародного менеджменту  
Державного торговельно-економічного університету

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна  
ORCID: 0000-0003-0549-7020  
y.zavorodnya@knu.edu.ua

**ZAVHORODNYA Elizaveta,**

postgraduate of International Management Department  
State University of Trade and Economics

19, Kyoto St., 02156, Kyiv, Ukraine  
ORCID: 0000-0003-0549-7020  
y.zavorodnya@knu.edu.ua

## IT-СЕКТОР УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ: 2022

**Вступ.** Останніми роками Україна стабільно розвивається та досягає успіхів як перспективний гравець на світовому ринку інформаційних технологій. Оскільки дистанційна робоча сила та цифровізація операцій стають пріоритетними напрямками бізнесу, роль України в поточних зусиллях з реструктуризації світової економіки зростатиме.

**Проблема.** З початком повномасштабних бойових дій росії в Україні вітчизняний IT-сектор залишається одним з небагатьох, які можуть і надалі підтримувати національну економіку, тому дослідження стану, специфіки функціонування та ризиків українського IT-сектору в умовах війни мають враховуватися за формування перспектив подальшого функціонування галузі.

**Метою** статті є визначення специфіки функціонування та ваги IT-сектору в економіці України до та під час повномасштабних воєнних дій, ідентифікація проблем, спричинених війною, впливу війни на ринок праці в IT-сегменті, розробка пропозицій щодо їхнього вирішення.

**Методами** дослідження є загальнонаукові та спеціальні.

**Результати.** Розглянуто динаміку та тренди українського IT-сектору до початку повномасштабних воєнних дій, проаналізовано зовнішню торгівлю IT-послугами України за 2017–2021 рр. Порівняно попит на IT-фахівців до та після початку повномасштабних воєнних дій на

## THE IT SECTOR OF UKRAINE ON THE WORLD MARKET: 2022

**Introduction.** In recent years, Ukraine has been steadily developing and achieving success as a promising player in the world market of information technologies. And as the remote workforce and digitization of operations become priority areas of business, Ukraine's role in the current efforts to restructure the global economy will grow.

**Problem.** With the beginning of full-scale Russian hostilities in Ukraine, the domestic IT sector remains one of the few that can continue to support the national economy, so the study of the state, functioning specifics and risks of the Ukrainian IT sector in war conditions should be taken into account when forming prospects for the further functioning of the industry.

**The aim** of the article is to determine the specifics of the functioning and importance of the IT sector in the economy of Ukraine before and during full-scale military operations, to identify the problems caused by the war, the impact of the war on the labour market in the IT segment, and develop proposals for their solution.

**Research methods** are general scientific and special methods.

**Results.** The dynamics and trends of the Ukrainian IT sector before the start of full-scale military operations were considered, the foreign trade in IT services of Ukraine was analysed for 2017–2021. The demand for IT specialists before and after the start of full-scale military operations

© Мельник Т., Завгородня Є., 2022

Автори не отримували прямого фінансування для цього дослідження.

Внесок авторів є рівнозначним.

території України, виявлено основні проблеми ІТ-сектору, спричинені війною. Проаналізовано внесок українських ІТ-компаній в економічну стабільність України.

**Висновки.** Головними чинниками стабільності українського ІТ-сектору залишаються ефективний кризовий менеджмент ІТ-компаній, досвід віддаленої роботи та позитивна репутація на світовому ринку. Для післявоєнного відновлення українського ІТ-сектору доцільно використовувати податкові пільги та субсидії, венчурне інвестування (грантова допомога), механізми інтенсифікації співпраці між ІТ-компаніями України та іноземними партнерами, створення іноземних представництв для просування вітчизняного ІТ-сектору за кордоном.

*Ключові слова:* ІТ-сектор України, зовнішня торгівля ІТ-послугами, ринок праці, ІТ-фахівець, інформаційні технології, ІТ-компанії.

JEL Classification: F10; F16; J23.

**Конфлікт інтересів:** Автори не мають фінансових чи нефінансових конфліктів інтересів щодо цієї публікації; не мають відносин з державними органами, комерційними або некомерційними організаціями, які могли б бути зацікавлені у поданні цієї точки зору.

on the territory of Ukraine was compared, the main problems of the IT sector, caused by the war, were identified. The contribution of Ukrainian IT companies to the economic stability of Ukraine is analysed.

**Conclusions.** The main factors of the stability of the Ukrainian IT sector remain as follows: the effective crisis management of IT companies, the remote work experience and a positive reputation on the global IT market. For the post-war recovery of the Ukrainian IT sector, it is advisable to use tax benefits and subsidies, venture capital investment (grant aid), mechanisms for intensifying cooperation between IT companies of Ukraine and foreign partners, and the creation of foreign representative offices to promote the domestic IT sector abroad.

*Keywords:* Ukraine's IT sector, foreign trade in IT services, labour market, IT specialist, information technologies, IT companies.

**Вступ.** Присутність інформаційних технологій та цифровізації достатньо відчутні у всіх сферах суспільного життя, їхні можливості активно використовуються для покращення кількісних та якісних показників функціонування національних економік. З огляду на це, ІТ-бізнес є одним з пріоритетних секторів для економічного розвитку держав.

Упродовж останніх років український ІТ-сектор впевнено зростає та перетворюється на одного з флагманів економіки України, а також стає неодмінною складовою її позитивного іміджу на міжнародній арені. Світова криза, спричинена пандемією COVID-19, результатом якої було значне падіння української та світової економіки у 2020–2021 рр., не стала на заваді потужному та динамічному розвитку ІТ-сектору України. У 2021 р. експорт ІТ-послуг зріс на 36 % (з 5 млрд дол. США у 2020 р. до 6.8 млрд дол. США у 2021 р.), також галузь сформувала значний обсяг надходжень до державного бюджету (23.5 млрд грн податків і зборів).

**Проблема.** Після повномасштабного вторгнення росії українська ІТ-галузь залишається однією з небагатьох, що можуть і надалі підтримувати національну економіку. Утім, ця сфера страждає від війни, яка серйозно поглиблює глобальну кризу нестачі мікросхем. Зокрема Україна до війни постачала на світовий ринок половину всього неону – газу, необхідного для виробництва мікросхем та мікрочипів. Великі ІТ-компанії перевели значну частину своїх співробітників до Польщі та Грузії. Валютне регулювання під час воєнного стану створює передумови для відтоку кадрів до іноземних

роботодавців або інших компаній, які готові платити винагороду за реальним обмінним курсом, і наразі це також сприяє пришвидшенню міграції ІТ-персоналу. Через релокації, невизначеність щодо виїзду чоловіків за кордон і відсутність інтернету на окупованих територіях падає продуктивність ІТ-компаній. Фірми, які працюють винятково на український ринок, суттєво скоротили заробітну плату, що також не сприяє збереженню фахівців.

Така ситуація вимагає застосування дієвих інструментів з боку держави, що стануть на заваді подальшому поглибленню кризи на ІТ-ринку праці, скороченню прибутків компаній і доходів працівників ІТ-індустрії, а також зростанню міграції фахівців.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Специфіку, тенденції та проблематику розвитку вітчизняного ІТ-сектору у своїх наукових працях досліджували А. Алтинпара, О. Корогодова, В. Барвінок, О. Виноградова, С. Гончаренко, Н. Євтушенко, Л. Гальків, А. Цапулич, О. Карий, Л. Довгань, І. Малик, О. Журавльов, С. Корабельский, М. Рахман, К. Тарасова, Д. Терехов [1–9] та ін.

Однак зазначені питання розглядалися науковцями ще до повномасштабного вторгнення росії в Україну. Наразі відсутні ґрунтовні наукові дослідження щодо сучасного функціонування вітчизняної ІТ-сфери в умовах війни. Стан, ризики та перспективи здебільшого окреслюються експертами галузі – керівниками провідних компаній, які вивчають проблему переважно з якоїсь однієї сторони.

Тому, з огляду на поглиблення економічної кризи в Україні через війну актуальним є завдання ідентифікації пов'язаних з цим викликів для ІТ-галузі з метою їхнього врахування та встановлення можливостей уникнення загроз за формування перспектив подальшого її функціонування в Україні.

**Метою** статті є встановлення специфіки функціонування та ваги ІТ-сектору в економіці України до та під час повномасштабних воєнних дій, впливу війни на ринок праці в ІТ-сегменті, а також ідентифікація проблем, спричинених війною, та можливих пропозицій щодо їхнього вирішення.

**Методи.** Застосовано загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема аналізу, які надали можливість дослідити проблематику функціонування ІТ-сектору України, а також статистичні – для дослідження трендів та динаміки на вітчизняному ІТ-ринку.

**Результати дослідження.** Упродовж останніх років ІТ-сектор України перебуває на стадії активного розвитку та зростання. До його конкурентних переваг відносяться наявність висококваліфікованих ІТ-фахівців, значної кількості наявних на ринку ІТ-компаній, потужних ІТ-кластерів та R&D-центрів, швидкозростаючий ринок аутсорсингу ІТ-послуг, низька вартість українських ІТ-послуг на

світовому ринку порівняно зі світовими лідерами. За офіційними даними Єдиного державного реєстру [10], на кінець 2021 р. ІТ-сектор України налічував 18.6 тис. юридичних осіб, що здебільшого є представниками малого та середнього бізнесу. За даними галузевого дослідження асоціації «IT Ukraine» [11], головними центрами зосередження ІТ-фахівців є Київська (35 % загальної кількості фахівців), Харківська (14 %), Львівська (10 %), Дніпропетровська (9 %) та Одеська (5 %) області.

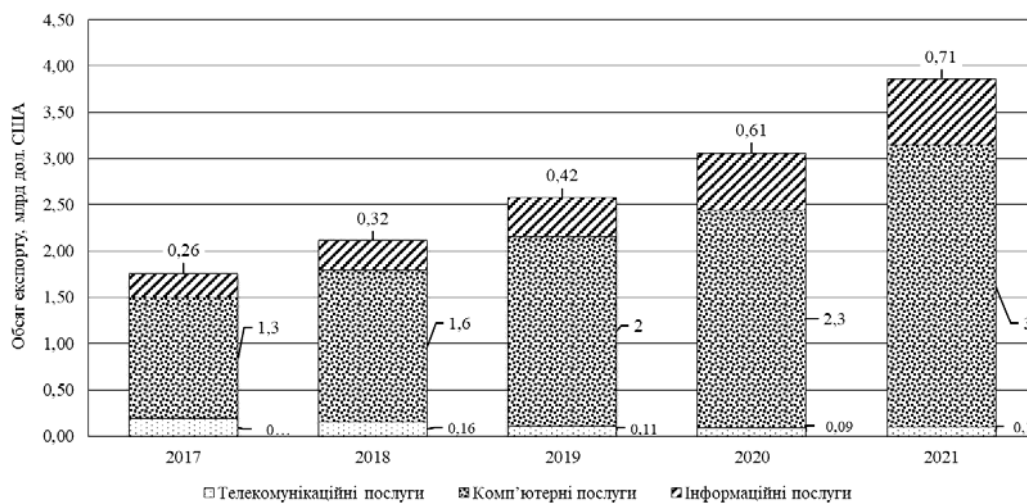
Позитивна динаміка прослідковувалася й на ринку праці ІТ-сектору України. Зокрема станом на грудень 2021 р., ІТ-сектор України мав понад 252 тис. ІТ-ФОПів, що на 24.3 % вище, ніж показник 2020 р. Найбільша кількість фахівців залучена у сферах комп'ютерного програмування (68.5 % усіх ІТ-фахівців), консультуванні з питань інформатизації (13.8 %) та обробці даних і розміщенні інформації на веб-вузлах (12.1 %). За інформацією спільноти програмістів України «DOU», позитивна тенденція спостерігалася й у попиті на працю в ІТ-секторі України. За 2021 р. на платформі «DOU» опубліковано понад 112 тис. вакансій, що на 84 % вище, ніж у 2020 р. [12]. Найбільшим попитом серед роботодавців користувалися такі категорії фахівців: розробка *FrontEnd* – 10.3 % вакансій, тестувальник програмного забезпечення (*QA Engineer*) – 9.9 %, *Java*-програмування – 5.6 %, програмування *.NET* – 5 %, програмування *PHP* – 4.9 %, *HR* – 4.6 % та *DevOps* – 4.5 %.

За підсумками 2021 р., ІТ-сектор забезпечив 4.5 % ВВП України, поступаючись промисловості (17 % ВВП), торгівлі (13.8 % ВВП), сільському господарству (10.6 % ВВП) і транспортному сектору (5.6 % ВВП), при цьому зростаючи в середньому на 22.4 % за останні 5 років.

Станом на листопад 2021 р., в Україні вже функціонували близько 4 000 українських технологічних компаній, з яких 1 702 – продуктові (розробка та тестування програмного забезпечення, підтримка додатків, проведення технологічних досліджень та розробок) і 533 – сервісні фірми (переважно ІТ-аутсорсинг). На кінець 2021 р. в Україні налічувалося близько 2 000 прогресивних ІТ-стартапів, найвідоміші з яких *Grammarly*, *People.ai*, *Readdle*, *Attendify*, *MacPaw*, *Reface*, *Ajax*, *Petcube*, *Restream*, *Competera* та інші, які в 2021 р. залучили рекордний обсяг інвестицій у понад 571 млн дол. США. За даними журналу *Outsourcing Journal* [13], у 2021 р. Україна посіла 1-е місце в ІТ-аутсорсингу в Центральній та Східній Європі й увійшла до топ-20 серед країн Європи, Близького Сходу та Африки з офшорингу ІТ-розробки (зокрема послуг з відкриття *R&D*-центрів). Протягом останніх років на території України успішно відкрили свої *R&D*-центри такі технологічні гіганти: *Google*, *Oracle*, *Samsung*, *Amazon*, *Ericsson*, *Amadeus* та *Huawei*, а також українські стартапи іноземного базування для оптимізації своїх бізнес-процесів. Так, наприклад, український

стартап з розробки програмного забезпечення *People.ai*, відкривши свій R&D-центр в Україні, отримав вільний доступ до великої кількості розробників і всього за 3 роки збільшив вартість власного бізнесу з 400 млн дол. США до 1.1 млрд дол. США. Тож до головних факторів попиту іноземних компаній (здебільшого з США та Західної Європи) на IT-ринок України належать концентрація високої кількості висококваліфікованих IT-фахівців, вдале географічне розташування, порівняно низькі податки та заробітна плата, висока якість IT-послуг і спільність культурних рис.

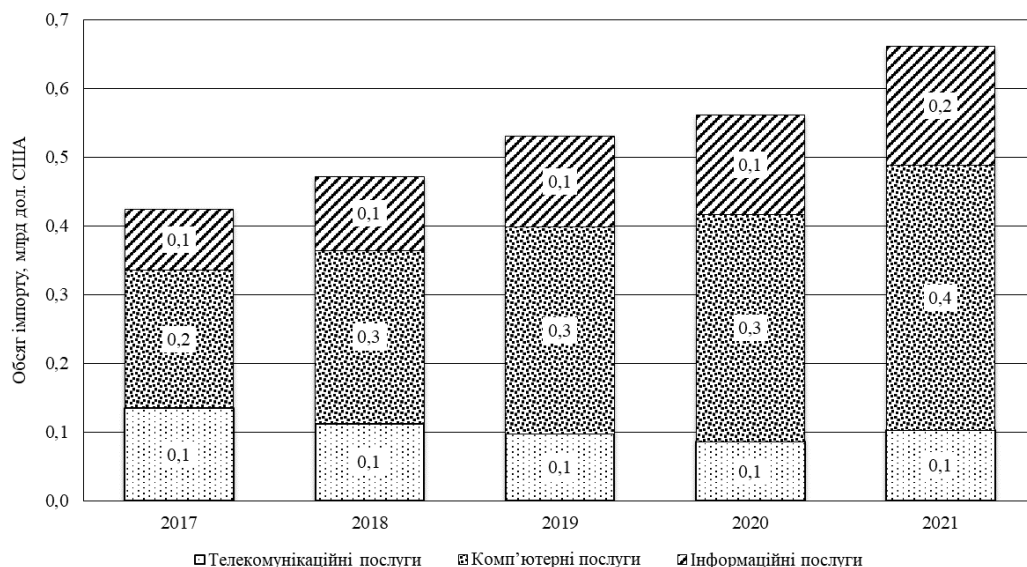
За підсумками 2021 р., експорт IT-сектору України (рис. 1) досяг рекордного значення в 3 856.6 млн дол. США. Найбільша частка в експорті IT-послуг за 2021 р. припадає на комп'ютерні послуги (78.9 %), інформаційні (18.4 %) та телекомунікаційні послуги (2.6 %). Протягом 2017–2021 рр. обсяг експорту IT-послуг у середньому зростав на 21.7 %, збільшення обсягу експорту комп'ютерних послуг становило 23.6 %, інформаційних послуг – 29.2 %, тоді як експорт телекомунікаційних послуг загалом зменшувався на 13.5 %, проте за підсумками 2021 р. наявне його зростання на 9 % (порівняно з аналогічним показником за 2020 р.).



**Рис. 1. Обсяг експорту IT-послуг України за 2017–2021 рр.**

Джерело: складено авторами [14–19].

За підсумками 2021 р. обсяг імпорту IT-послуг України (рис. 2) становив 661.9 млн дол. США. Найбільша частка в ньому у 2021 р. припадає на комп'ютерні (58.2 %), інформаційні (26.3 %) та телекомунікаційні послуги (15.5 %). Протягом 2017–2021 рр. обсяг експорту IT-послуг у середньому зростав на 11.9 %, серед яких експорт комп'ютерних послуг – на 17.9 %, інформаційних – на 18.5 %, тоді як експорт телекомунікаційних послуг зменшувався на 5.6 %, проте за підсумками 2021 р. за цією категорією присутнє зростання на 20 % (порівняно з аналогічним показником за 2020 р.).



**Рис. 2. Динаміка імпорту ІТ-послуг України за 2017–2021 рр.**

*Джерело:* складено авторами [14–19].

Аналіз динаміки та структури експорту послуг України свідчить про зростання частки послуг в ІТ-секторі, яка щороку збільшується, тим самим зміцнюючи позиції країни на глобальному ринку інформаційних технологій. Зокрема впродовж 2017–2021 рр. для експорту ІТ-послуг у загальному експорті послуг України характерно сталий середній темп зростання на 21.7%. За даними Державної служби статистики України, у 2020 р. обсяг експорту українського ІТ-сектору становив 5 026 млн дол. США, 3 051.4 млн дол. США (60.7% усього експорту ІТ-сектору за рік) з яких приніс експорт ІТ-послуг, який у 2020 р. складався з телекомунікаційних (3.1% загального обсягу експорту ІТ-послуг), комп'ютерних (76.8%) та інформаційних послуг (20.1%). Також експорт ІТ-послуг є єдиним видом послуг у зовнішній торгівлі України, що зберіг тенденцію до зростання (збільшився на 18.5% за підсумками 2020 р. та на 26.4% за підсумками 2021 р.) та на який найменше вплинула криза, спричинена пандемією COVID-19 (наприклад, експорт транспортних послуг скоротився на 45.2% за підсумками 2020 р.). У період 2017–2021 рр. експорт ІТ-послуг зміг покращити показники, збільшивши свою частку з 16.4% (за підсумками 2017 р.) до 29.3% у 2021 р. у загальному експорті послуг з України (рис. 3).

Результати аналізу імпорту послуг з України за 2017–2021 рр. (рис. 4) демонструють, що імпорт ІТ-послуг в Україну має середній темп приросту в 11.9%, займаючи в загальному обсязі імпорту послуг 5–6-у позицію з 12 найменувань. Зокрема за підсумками 2021 р. імпорт ІТ-послуг становив 8.7% загального імпорту послуг в Україну.



Рис. 3. Топ-5 у структурі експорту послуг України у 2017–2021 рр.

Джерело: складено авторами [14–19].

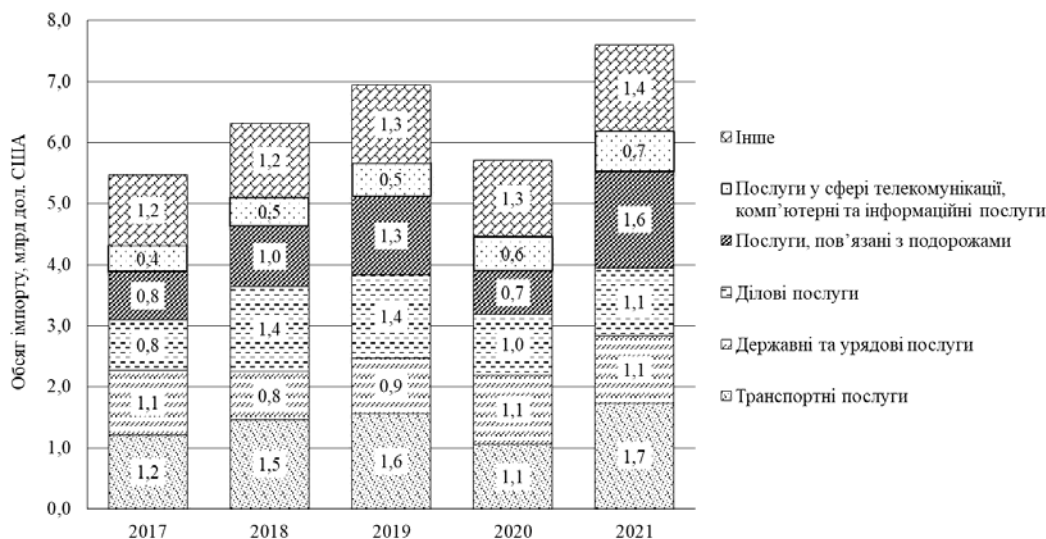


Рис. 4. Топ-5 у структурі імпорту послуг України у 2017–2021 рр.

Джерело: складено авторами [14–19].

За результатами аналізу ефективності ІТ-сектору України, ІТ-послуги знаходяться на другій позиції в загальній структурі експорту послуг упродовж 2017–2021 рр., водночас зберігаючи один з найвищих коефіцієнтів покриття (5.8 за підсумками 2021 р.), конкуруючи здебільшого лише з транспортними послугами.

Асоціація «IT Ukraine» з посиланням на дані Національного банку України [11; 20] зазначає, що експорт ІТ-сектору забезпечив рекордні 2 млрд дол. США надходжень за I кв. 2022 р., попри військовий стан, мобілізацію, нестабільність у країні, загрози фізичній безпеці даних, вимушену релокацію ІТ-компаній та проектних команд, кіберзагрози тощо, продемонструвавши збільшення на 28 % порівняно з аналогічним показником 2021 р. Стрімке зростання експорту послуг ІТ-сектору України продовжувалось до початку війни, і станом на лютий 2022 р. експорт досяг найвищого за всю історію українського

IT-ринку значення в 839 млн дол. США (на 43 % більше, ніж у лютому 2021 р.), а в березні 2022 р. IT-сектор зберіг 96 % експорту комп'ютерних послуг обсягом 522 млн дол. США (порівняно з березнем 2021 р. (546 млн дол. США). Загалом за підсумками перших п'ятьох місяців 2022 р. IT-сектор України забезпечив валютні надходження до економіки України у розмірі 3.18 млрд дол. США. При цьому за березень–травень 2022 р. експорт комп'ютерних послуг становив 1.7 млрд дол. США (6 % більше, ніж за аналогічний період 2021 р.), і вже станом на 1 червня IT-компанії загалом перерахували до зведеного бюджету України понад 29.5 млрд грн податкових платежів і зборів.

Через повномасштабне вторгнення російської федерації 24 лютого 2022 р. на територію України всім сферам економіки країни довелось реактивно адаптуватися до нових реалій ведення бізнесу. За результатами аналізу ринку праці в IT-сегменті в період з січня 2021 р. по квітень 2022 р. (рис. 5) спостерігаємо, що через війну кількість вакансій протягом лютого–квітня зменшувалася в середньому на 11.6 % і становила 41.8 % довоєнного попиту на IT-фахівців. Загалом вплив війни на ринок праці в IT-секторі можна описати таким чином: у середньому попит на IT-фахівців у 2021 р. зростав на 1 %, водночас попит на відповідні вакансії скорочувався на 2.8 %; при цьому за перші 4 місяці 2022 р. попит на фахівців у середньому зменшився на 11.6 %, а відгуки на вакансії зросли на 5.9 %. Варто зазначити, що у 2021 р. у середньому на 1 вакансію претендували 4 IT-фахівці, а за перші 4 місяці 2022 р. – 6 (підвищення на 63.7 %). Найменший попит на IT-фахівців протягом аналізованого періоду зафіксовано у березні 2022 р. – 4 341 вакансія. Найбільший спад відбувся саме в перші дні вторгнення: за тиждень з 28.02.2022 по 06.03.2022 опублікували всього 370 нових вакансій за середнього показника 2–2.5 тис. вакансій на тиждень у довоєнний період. Проте під кінець березня попит стабілізувався на рівні однієї тисячі на тиждень, проте все ще у 2–2.5 раза менший порівняно з довоєнним періодом.

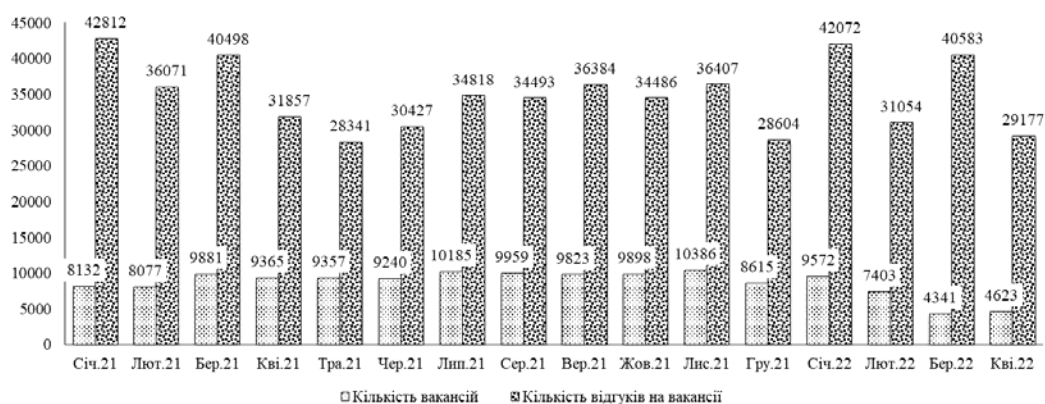


Рис. 5. Ринок праці за січень 2021 р. – квітень 2022 р.

Джерело: складено авторами [21].



У період з січня 2021 р. по квітень 2022 р. найбільший попит мали розробники програмного забезпечення [21]; проте у березні 2022 р. кількість вакансій для розробників зменшилася на 53 % порівняно з найбільшим значенням показника – березень 2021 р. (4 895). У березні–квітні 2022 р. загальна кількість вакансій для розробників зменшилася на 46 % (2 315 вакансій) та 47 % (2 265 вакансій) порівняно з січнем 2022 р.

За результатами аналізу впливу війни на динаміку попиту на IT-фахівців на ринку праці України (рис. 6) у березні та квітні 2022 р. найбільший спад у вакансіях зафіксовано на посади адміністраторів баз даних – 84 та 68 % відповідно, інженерів *BigData* – 66 та 46 %, системних адміністраторів – 64 та 57 %, архітекторів (*C-level*) – спад на 63 % у березні та зростання на 2 % у квітні, спеціалістів з кібербезпеки – спад 63 та 50 %, *QA*-інженерів – спад 58 та 61 %, спеціалістів з *DataScience* – спад на 57 та 58 %, інженерів технічної підтримки – спад 56 та 57 %, дизайнерів – спад 52 та 48 %, *DevOps*-інженерів – спад на 50.2 та 49.6 %.

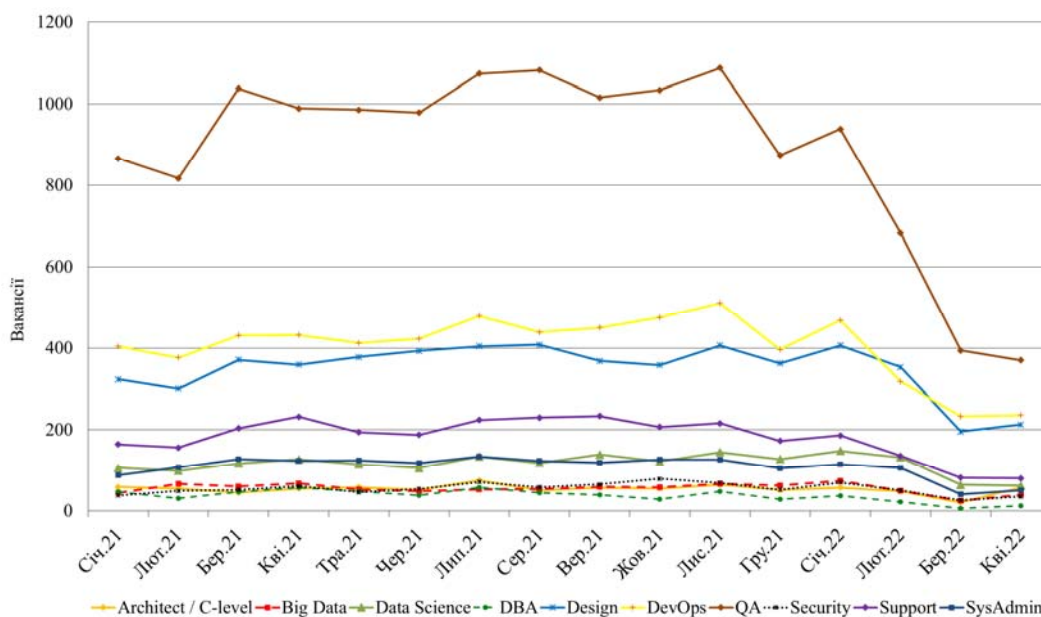
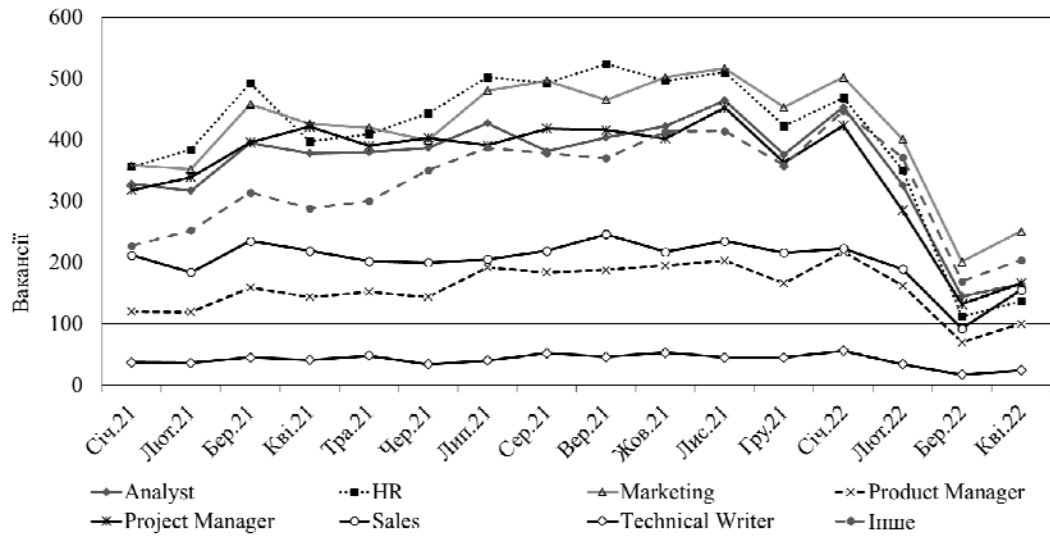


Рис. 6. Динаміка попиту на IT-фахівців за січень 2021 – квітень 2022

Джерело: складено авторами [21].

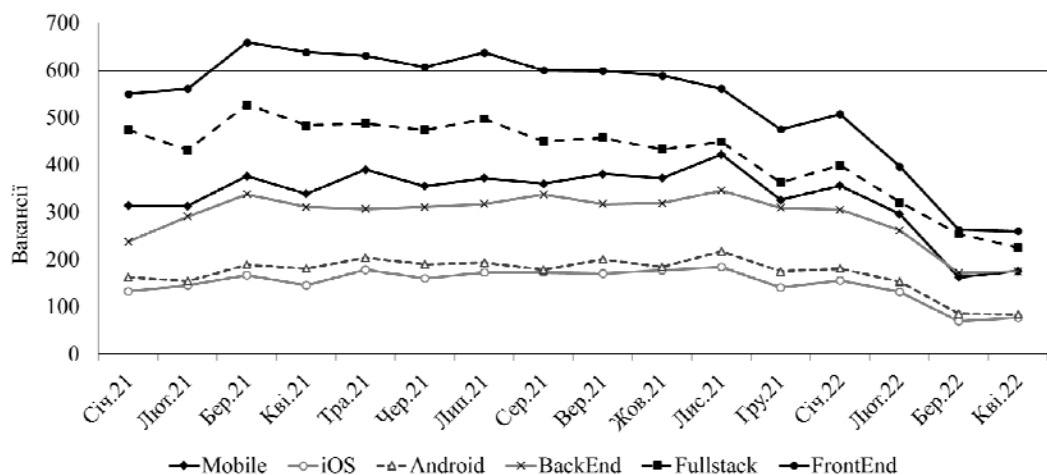
Повномасштабне вторгнення вплинуло також на попит на суміжні професії в IT-секторі України (рис. 7), зокрема в березні та квітні 2022 р. найбільший спад у вакансіях був на посади *HR*-менеджерів – 76 та 71 % відповідно, технічних авторів – 70 та 57 %, *project*-менеджерів – 69 та 61 %, аналітиків – спад на 68 та 64 %, *product*-менеджерів – спад 68 та 54 %, маркетологів – спад 60 та 50 %, *sales*-менеджерів – спад на 59 та 31 %.



**Рис. 7. Динаміка попиту на суміжні професії за січень 2021 р. – квітень 2022 р.**

Джерело: складено авторами [21].

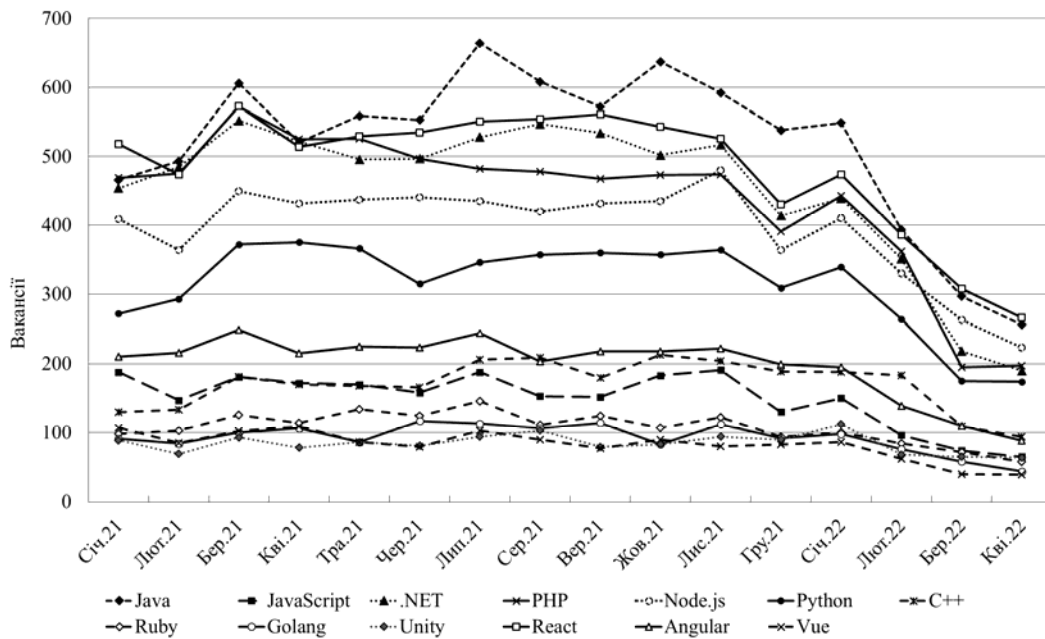
З 24 лютого 2022 р. також прослідковується спад кількості вакансій (рис. 8) на програмування під *IOS* – 55 % у березні та 50 % у квітні, *Mobile*-розробку – 54 % у березні та 51 % у квітні, програмування під *Android* – 53 % у березні та 54 % у квітні, *FrontEnd*-розробка – 48 % у березні та 49 % у квітні, *Backend*-розробка – 44 % у березні та 43 % у квітні, *Fullstack*-розробка – 36 % у березні та 44 % у квітні. Найбільший попит від початку війни мали *FrontEnd*-розробники – 26.1 % усіх вакансій, *Fullstack*-розробники – 23.9 %, *Backend*-розробники – 17.3 %, *Mobile*-розробники – 16.9 %, *Android*-розробники – 8.5 % та *IOS*-розробники – 7.4 %.



**Рис. 8. Динаміка попиту на розробників за категоріями, січень 2021 р. – квітень 2022 р.**

Джерело: складено авторами [21].

Зменшився попит на фахівців і за мовами програмування (рис. 9) – найбільший спад на *PHP*-програмування – 56 % у березні та 55.5 % у квітні, *Vue*-програмування – 53.5 та 54.7 %, *JavaScript* – 50.7 та 56.7 %, *.NET*-програмування – 50.3 та 56.7 %, *Python*-програмування – 48.4 та 48.7 %, *Java*-програмування – 45.9 та 53.4 %, *Angular*-програмування – 43.6 та 54.9 %, *C++* – 42 та 50 %, а також *Unity* – 42 та 42.9 %. Найменший спаду попиту на мови програмування відбувся серед вакансій на *Golang*-програмування – 40.8 % у березні та 55.1 % у квітні, *Node.js*-програмування – 35.9 та 45.6 %, *React*-програмування – 35 та 43.9 %, а також *Ruby*-програмування – 28 та 42 %. Найбільший попит мають *React*-програмування – 15.3 % усіх вакансій, *Java*-програмування – 14.8 %, *Node.js*-програмування – 13 %, *.NET*-програмування – 10.9 %, *PHP*-програмування – 10.5 %, *Python*-програмування – 9.4 %, *C++* – 5.4 % та *Angular*-програмування – 5.3 %. Найменший попит припадав на *JavaScript* – 3.7 % усіх вакансій, *Ruby*-програмування та *Unity* – 3.5 %, *Golang*-програмування – 2.7 % та *Vue*-програмування – 2.1 %.



**Рис. 9. Динаміка попиту на фахівців за мовами програмування, січень 2021 р. – квітень 2022 р.**

Джерело: складено авторами [21].

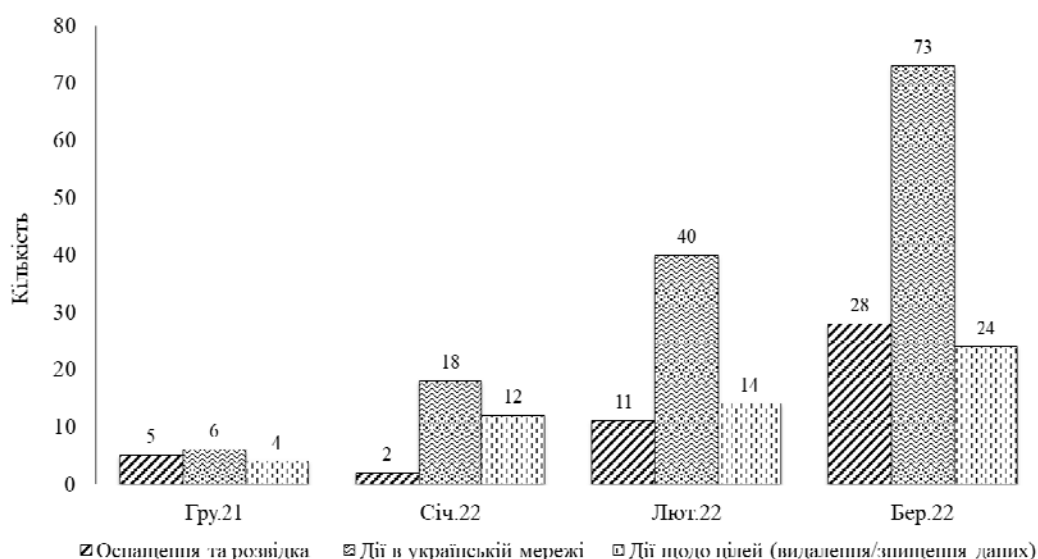
Відповідно до звіту компанії *Microsoft* від 27 квітня 2022 р. [22], більше за 40 % руйнівних атак з рф (табл. 1) спрямовані на організації в секторах критичної інфраструктури України, які могли б мати негативний вплив другого порядку на уряд, армію, економіку та людей; 32 % – торкнулися українських урядових організацій на національному, обласному та міському рівнях.

**Виявлені руйнівні кібератаки в Україні, 23.02.2022–08.04.2022**

Тиждень	Кількість	Інструмент кібератак
23.02.2022–02.03.2022	22	Шкідливе ПЗ <i>FoxBlade</i> , <i>Lasainraw (IsaacWiper)</i> , <i>DesertBlade</i> , а також використання цифрового шредеру <i>SecureDelete</i>
03.03.2022–09.03.2022	0	–
10.03.2022–16.03.2022	4	Шкідливе ПЗ <i>FoxBlade</i> , а також використання цифрового шредеру <i>SecureDelete</i>
17.03.2022–23.03.2022	6	Шкідливе ПЗ <i>DesertBlade</i> , <i>FiberLake</i> , <i>SonicVote</i> , а також використання цифрового шредеру <i>SecureDelete</i>
24.03.2022–30.03.2022	3	Шкідливе ПЗ <i>FoxBlade</i> , <i>SonicVote</i> , а також використання цифрового шредеру <i>SecureDelete</i>
31.03.2022–08.04.2022	2	Шкідливе ПЗ <i>CaddyWiper</i> , <i>Industroyer2</i>

Джерело: складено авторами [22].

Згідно з даними компанії *Microsoft*, до кібератак в Україні залучені щонайменше шість хакерських угруповань з рф, діяльність яких (рис. 10) варіюється від розвідки та фішингу для початкового доступу до крадіжки та видалення даних з урядових інформаційних систем. Характерні дії цих угруповань свідчать про намір створення більш сильного впливу рф на українські мережі під час та після війни.

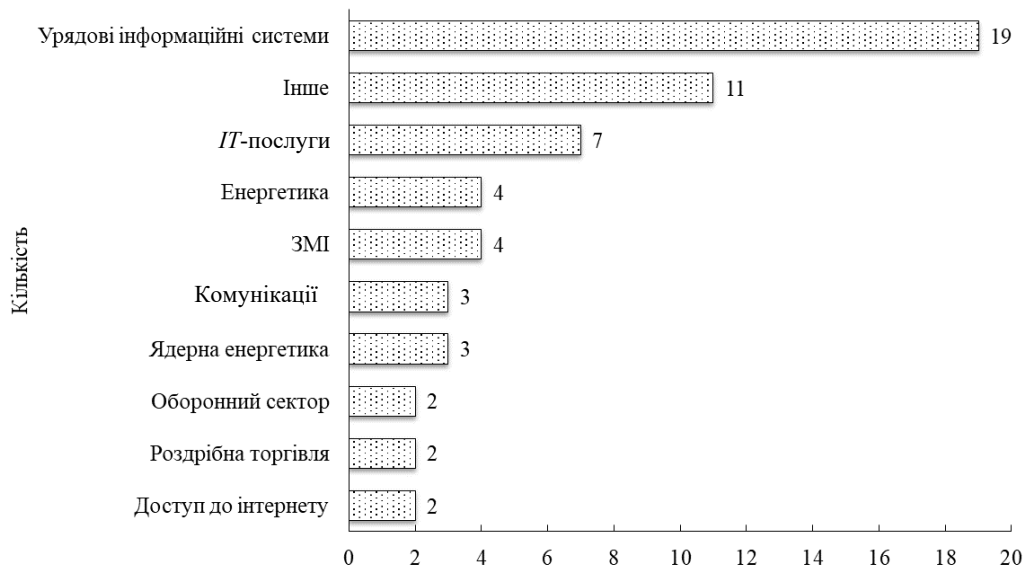


**Рис. 10. Кібероперації рф в Україні, зафіксовані події**

Джерело: складено авторами за [22].

Рис. 11 демонструє галузі промисловості України, які постраждали від мережових вторгнень чи руйнівних атак з боку хакерських груп рф під час війни в Україні. Головними цілями були національні урядові організації (33 % усіх атак) та сектори критичної інфраструктури (47 %), з яких 12 % атак припадає на ІТ-підприємства. До групи «Інші» (20 %

усіх атак) віднесено 11 категорій постраждалих організацій, включаючи регіональні та міські органи влади, сільське господарство, оборонно-промисловий комплекс, заклади з охорони здоров'я, транспортні та фінансові інституції тощо.



**Рис. 11. Кібератаки рф по цілях за сферами діяльності**

Джерело: складено авторами за [22].

26 лютого 2022 р. Міністерство цифрової трансформації України [23] оголосило про створення IT-армії, до якої ввійшло понад 300 тис. фахівців, які протистоять російським окупантам у кіберпросторі, наприклад здійснюють кібератаки на ресурси державних установ рф, великих корпорацій, операторів зв'язку, банківських і кредитних установ, ЗМІ тощо. Зокрема в перші дні після створення IT-армії проведено понад 50 успішних DDoS-атак із загальними запитами у понад 1 ТБ на портал «госуслуги», вебсайти кремля, госдуми, «первого канала», «роскосмоса» та «российские железные дороги».

За інформацією асоціації IT Ukraine [11], у IT-компаніях розміром 1200–3000 працівників приєдналися до лав ЗСУ 2 % співробітників (у середньому 24–60 співробітників), у IT-компаніях розміром 200–1200 спеціалістів – до 4.5 % (9–54 співробітники), у IT-фірмах до 200 співробітників – до 1.8 % (4 співробітники). Серед опитаних IT-компаній спостерігається збільшення показника залученості IT-спеціалістів в урядових проектах, а також в IT-армії – 9 % з індустрії (порівняно з 5 % у довоєнний період). Зокрема в IT-компаніях розміром 1200–3000 фахівців 5 % співробітників (у середньому 60–150 співробітників) беруть участь у кібервійнах проти рф, у компаніях розміром 200–1200 спеціалістів – 14 % (28–168 співробітників), у IT-фірмах до 200 фахівців – до 8 % (16 співробітників). Попри зазначене, IT-сектор України є чи не єдиним, хто перераховує податки наперед. Щомісяця

компанії розміром 1200–3000 співробітників перераховують до держбюджету в середньому до 42 млн грн, компанії розміром 200–1200 – 1.5 млн грн, IT-фірми до 200 співробітників – до 810 тис. грн.

З огляду на дані асоціації «IT Ukraine» [11], тільки за 2.5 місяця війни IT-компанії перерахували 806 млн грн до благодійних фондів та на гуманітарні потреби. IT-компанії активно закупають військову техніку, спорядження, одяг, технічне оснащення та інші необхідні речі для Збройних Сил України, зокрема бронезилети (більше ніж 11 тис. штук), шоломи (більше ніж 6 700), автівки (більше за 140), турнікети (більше за 700), дрони (більше ніж 140), старлінки (3 штуки), ноутбуки та планшети (більше ніж 3 700), рації та засоби зв'язку (більше ніж 800), прилади нічного бачення (більше ніж 330), тепловізори (більше ніж 250), військові аптечки (більше ніж 800) тощо.

Повномасштабне вторгнення російської федерації вплинуло на всі сфери економіки України, завдаючи значних збитків. У IT-секторі України здебільшого постраждали компанії малого та середнього бізнесу, що працювали лише на території України і були націлені на забезпечення внутрішніх потреб українських компаній (надання послуг або розробка IT-продуктів). Проте аутсорсингові, аутстафінгові та продуктові компанії, орієнтовані на глобальний IT-ринок, зазнали менших збитків.

*Першою проблемою IT-підприємств України, орієнтованих на зовнішні ринки, наразі є скорочення та скасування проектів з іноземними контрагентами через високий рівень ризику невиконання контрактів унаслідок нестабільної геополітичної ситуації у країні, яка, на думку замовників, масштабно впливає на ефективність праці IT-фахівців, а також (від жовтня 2022 р.) через неодноразові блекаути, коли фахівці надовго лишаються без електрики та доступу до глобальних мереж. Проте однією з переваг українських IT-компаній є те, що навіть в умовах повномасштабної війни вони докладають максимальних зусиль, щоб убезпечити своїх фахівців, організувати релокацію і надати можливість користуватися стабільним зв'язком. Станом на березень 2022 р., попри активні військові дії, 52 % IT-компаній змогли зберегти 100 % своїх контрактів, 32 % компаній – 90-99 % контрактів і лише 16 % компаній втратили 10 % і більше своїх контрактів [11].*

Вирішальними факторами збереження іноземних клієнтів українськими IT-компаніями стали:

- високий рівень довіри та лояльності іноземних контрагентів, як наслідок тривалих партнерських відносин;
- постійна комунікація з клієнтами та стабільне надання високоякісних IT-послуг, навіть в умовах війни;
- швидка стабілізація бізнес-процесів і відновлення проектних робіт завдяки своєчасній релокації IT-команд;

- висока соціальна відповідальність керівництва ІТ-компаній у плані гарантування максимально можливих безпечних умов праці для своїх співробітників.

Загалом українські замовники згортають проекти за браком коштів на їхнє фінансування, а закордонні – утримуються наймати українські ІТ-команди через нестабільну геополітичну та енергетичну ситуацію.

*Другою проблемою є збереження українського ІТ-сектору після стабілізації ситуації в країні.* Варто зауважити, що ІТ-сектор України дуже залежить від світового ІТ-ринку, на якому останніми роками попит на ІТ-фахівців тільки зростає, а отже, значна частина вакансій припадає й на Україну. Тенденції останніх років свідчать про процес активного найму українських айтівців іноземними компаніями, що спричиняє «кадровий голод» серед українських ІТ-компаній. Збереження подібної тенденції може призвести до розподілу українського ІТ-ринку на 80 % частки іноземних компаній та 20 % – українських.

Відповідно до інформації від «Опендатабот» [24], з 24 лютого 2022 р. по червень 2022 р. зареєстровано понад 51 тис. нових бізнесів: 43 тис. ФОПів та 8 тис. юридичних осіб. Війна вплинула також на напрями діяльності малого та середнього бізнесів (*рис. 12*): у червні 2022 р. реєстрація нових ФОПів за КВЕД «Комп’ютерне програмування, консультивання та пов’язана з ними діяльність» скоротилася на 77.6 % порівняно з лютим 2022 р., «Надання інформаційних послуг» – на 67.2 %, «Надання інших індивідуальних послуг» – на 70.8 %, що є найбільшими спадами у топ-10 КВЕДів за період з січня по червень 2022 р.

Відсоток економічного падіння ІТ-сектору буде значним. Навіть за умови найшвидшого припинення військових дій і відкриття національних кордонів є велика ймовірність, що багато секторів креативних індустрій вийдуть з українського ринку, як наслідок незрозумілої політики щодо призову ІТ-фахівців, виїзду за кордон в умовах воєнного стану тощо. Частина експертів сходяться на думці, що ситуація на ринку ІТ-технологій повністю залежить від того, як довго триватиме ця війна і чим вона закінчиться. За всього рівня підтримки України бізнес дуже чутливий до ризиків і непередбачуваності. Якщо війна завершиться перемогою України протягом кількох найближчих місяців, то можна очікувати невелике скорочення ІТ-ринку та поступове його відновлення.

*Третьою проблемою є висока ймовірність економічного дисбалансу українських регіонів, який може виникнути внаслідок масової міграції на захід країни ІТ-фахівців та ІТ-кластерів зі сходу через масштабне руйнування війною економічної та соціальної інфраструктури багатьох міст.* Відбудова та розвиток інфраструктури східних регіонів України буде одним з найголовніших напрямів післявоєнної відбудови України і потребуватиме значного фінансування з бюджету, для формування якого потрібні податки і, відповідно, щоб там працювали компанії (яких зараз майже немає на сході країни).

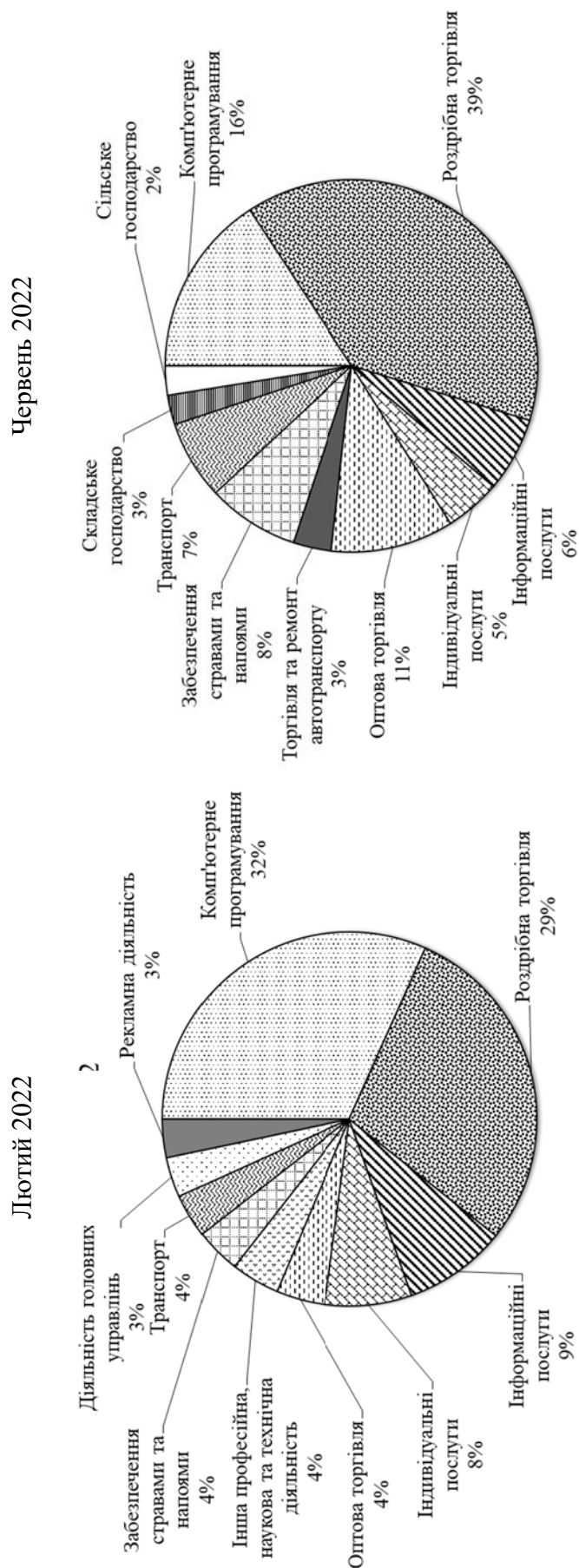


Рис. 12. Топ КВЕДів за кількістю реєстрацій ФОПів (лютий та червень 2022 р.)

Джерело: складено авторами за [21].



Однією з пропозицій для відновлення *IT*-бізнесу у східних регіонах України галузеві фахівці вбачають надання диспропорційних стимулів східним регіонам для вирівнювання дисбалансу між сходом та заходом України, щоб мотивувати повернення *IT*-компаній та *IT*-кластерів у східні регіони. Проте ця пропозиція має низку недоліків, основний з яких – ризик формальної реєстрації компаній у містах на сході України за фактичного ведення бізнесу на заході України з отриманням додаткових преференцій, передбачених для іншого регіону.

Безсумнівними перевагами *IT*-сектору України протягом багатьох років залишаються висока мобільність та компетентність українських *IT*-фахівців, а також низька капіталомісткість розроблених у секторі *IT*-продуктів та послуг, що забезпечує значне перевищення прибутків над витратами *IT*-компаній. Стрімке зростання частки *IT*-сектору у формуванні ВВП, зовнішній торгівлі України й дохідній частині державного бюджету повинні зробити *IT*-сектор однією з провідних галузей у післявоєнній відбудові України. Зокрема для післявоєнного відновлення та розвитку *IT*-сектору для допомоги *IT*-компаніям, що розвиваються, доцільно б надавати податкові пільги та субсидії протягом встановленого періоду. Також для прискорення відновлення *IT*-сектору доречно використати механізми венчурного інвестування (грантової допомоги) з державних і приватних фондів для підтримки *IT*-команд, які працюватимуть над формуванням нових *IT*-компаній та стартапів. Не буде зайвим і створення механізму допомоги українським *IT*-компаніям у співпраці з іноземними контрагентами, а також розвитку українських *IT*-представництв за кордоном для підвищення присутності та просування українського *IT*-сектору на світовій економічній арені.

**Висновки.** Основними факторами динамічного зростання *IT*-галузі в останні роки (з 3 % ВВП у 2011 р. – до 4,9 % у 2020 р.) були: наявність висококваліфікованих *IT*-фахівців, значна кількість наявних на ринку *IT*-компаній; потужні *IT*-кластери та *R&D* центри; швидкозростаючий ринок аутсорсингу *IT*-послуг; низька, порівняно зі світовими лідерами, вартість українських *IT*-послуг на світовому ринку.

Через значне перевищення українського експорту *IT*-послуг над імпортом (коефіцієнт покриття у 2021 р. – 5.8) за цією позицією зберігається стабільно позитивне сальдо торговельного балансу, що здійснює позитивний внесок в економіку країни навіть у кризові часи.

З початком повномасштабного вторгнення росії *IT*-сектор зазнає негативного впливу від війни – зменшується кількість вакансій на ринку праці через скорочення попиту на *IT*-фахівців; українські замовники згортають проекти за браком коштів на їхнє фінансування, а закордонні утримуються наймати українські *IT*-команди через нестабільну геополітичну та енергетичну ситуацію; значно зменшують доходи і навіть закривають бізнес українські продуктової компанії; аутсорсингові майже не страждають. Через масштабне руйнування війною економічної та соціальної інфраструктури багатьох міст України є ризики масової міграції на захід *IT*-фахівців та *IT*-кластерів зі сходу.

Вірогідно, що великі ІТ-компанії почнуть частково переорієнтовуватись на інші країни через відсутність можливості виїзду українських фахівців за кордон та важливість галузі та її спеціалістів для країни в разі проведення мобілізації.

Під час війни ІТ-галузь широко залучена у проекти, спрямовані на протистояння агресії – багато фахівців приєдналися до лав ЗСУ, беруть участь у кібервійнах проти РФ, закупають військову техніку, спорядження, одяг, технічне оснащення та інші необхідні речі для Збройних Сил України, а також роблять суттєвий внесок у підтримку соціально-економічної сфери – компанії забезпечують наперед надходження до бюджету, перераховують суттєві кошти до благодійних фондів та на гуманітарні потреби.

Динамічний розвиток української ІТ-сфери сприяє перетворенню її на одну з провідних галузей у післявоєнній відбудові України. Для цього необхідно: впроваджувати податкові пільги та субсидії протягом встановленого періоду; використовувати механізми венчурного інвестування (грантової допомоги) з державних та приватних фондів для підтримки ІТ-команд, які працюватимуть над створенням нових ІТ-компаній та стартапів; розробити механізм допомоги українським ІТ-компаніям в співпраці з іноземними контрагентами, а також розвивати українські ІТ-представництва закордоном для підвищення присутності та просування українського ІТ-сектору на світовій економічній арені.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алтинпара А. О., Корогодова О. О. Аутсорсинг як інструмент розвитку компаній ІТ-сектору України в умовах індустрії-4.0. *Економічний Вісник НТУУ «КПІ»*. 2019. С. 140-152.
2. В. Ю. Барвінок. Сучасні тренди та проблеми ІТ-сектора в Україні: підготовка та міграція ІТ-фахівців. Механізм регулювання економіки. 2020. № 4 С. 90-102.
3. Виноградова О. В., Євтушенко Н. О., Гончаренко С. В. Стратегії конвергентно-орієнтованого розвитку телекомунікаційних підприємств України. *Причорноморські економічні студії*. Одеса. 2017. № 22. С. 79-82.
4. Карий О. І., Гальків Л. І., Цапулич А. Ю. Розвиток ІТ-сфери України: чинники та напрями активізації. *Journal of Lviv Polytechnic National University. Series of Economics and Management Issues*. 2021. Vol. 5, № 1. С. 42-55.
5. Довгань Л. Є., Малик І. П. Тенденції та проблеми розвитку сфери інформаційних технологій в Україні: кадрові аспекти. Л. Є. *Економічний Вісник НТУУ «КПІ»*. 2017. С. 437-443.
6. О. В. Журавльов. Статистичне дослідження ринку ІТ-послуг в Україні. *Статистика та економіка, аналіз*. 2018. №4. С. 25-33.
7. Рахман М. С., Корабельский С. О. ІТ-галузь України в очах світової спільноти. *Бізнес Інформ*. 2020. № 7. С. 181-188.
8. Тарасова К. І. Ринок інформаційно-комунікаційних технологій у системі національного господарства. *Інфраструктура ринку*. 2018. Випуск 16. С. 46-51.
9. Терехов Д. С. Економічні проблеми розвитку ІТ-підприємств України. *Ефективна економіка*. 2017. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6035>.
10. Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань. URL: <https://nais.gov.ua/p/ediniy-derjavniy-reestr-yuridichnih-osib-fizichnih-osib-pidpriemtsiv-ta-gromadskih-formuvan>.

11. Асоціація IT Ukraine. URL: <https://itukraine.org.ua>.
12. DOU: Спільнота програмістів. URL: <https://dou.ua>.
13. Outsourcing Journal. OnlineEdition. URL: <https://outsourcing-journal.org>.
14. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
15. Зовнішня торгівля України товарами та послугами 2017. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/06/zb\\_ztutp2017.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_ztutp2017.pdf).
16. Зовнішня торгівля України. Статистичний збірник 2017. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/06/zb\\_ztu\\_2017.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_ztu_2017.pdf).
17. Зовнішня торгівля України. Статистичний збірник 2018. URL: [https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2019/zb/06/zb\\_ztu\\_2018.pdf](https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/06/zb_ztu_2018.pdf).
18. Зовнішня торгівля України. Статистичний збірник 2019. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2020/zb/06/Zov\\_torg.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/06/Zov_torg.pdf).
19. Зовнішня торгівля України. Статистичний збірник 2020. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2021/zb/06/ztu\\_20\\_ue.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/06/ztu_20_ue.pdf).
20. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua>.
21. Ринок праці під час війни. Кількість вакансій зменшилася вдвічі, компанії ще активніше шукають сеньйорів і на QA Intern тисяча відгуків. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/job-market-during-wartime>.
22. Special Report: Ukraine. An overview of Russia's cyberattack activity in Ukraine. URL: <https://query.prod.cms.rt.microsoft.com/cms/api/am/binary/RE4Vwwd>.
23. Міністерство цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua>.
24. Фопономіка: як працює український бізнес під час війни. URL: <https://opendatobot.ua/analytics/foponomics-in-war>.

## REFERENCES

1. Altynpara, A. O., & Korogodova, O. O. (2019). Outsourcing як інструмент розвитку компаній IT-сектору України в умовах індустрії-4.0 [Outsourcing as a tool for the development of companies in the IT sector of Ukraine in the conditions of industry-4.0.] *Ekonomichnyj Visnyk NTUU «KPI» – Economic Bulletin of NTUU «KPI»*. (pp.140-152) [in Ukrainian].
2. Barvinok, V. Ju. (2020). Suchasni trendy ta problemy IT-sektora v Ukraini: pidgotovka ta migracija IT-fahivciv [Current trends and problems of the IT sector in Ukraine: training and migration of IT specialists]. *Mehanizm reguljuvannja ekonomikym – Mechanism of economic regulation*, 4, 90-102 [in Ukrainian].
3. Vynogradova, O. V., Jevtushenko, N. O., & Goncharenko, S. V. (2017). Strategii' konvergentno-orijentovanogo rozvytku telekomunikacijnyh pidprijemstv Ukrainy [Strategies of convergent-oriented development of telecommunication enterprises of Ukraine]. *Prychornomors'ki ekonomichni studii' – Black Sea Economic Studies*. Одеса, 22, 79-82 [in Ukrainian].
4. Karyj, O. I., Gal'kiv, L. I., & Capulych, A. Ju. (2021). Rozvytok IT-sfery Ukrainy: chynnyky ta naprjamy aktyvizacii' [Development of the IT sphere of Ukraine: factors and directions of activation.]. *Journal of Lviv Polytechnic National University. Series of Economics and Management Issues*, (Vol. 5), 1, 42-55 [in Ukrainian].
5. Dovgan', L. Je., & Malyk, I. P. (2017). Tendencii' ta problemy rozvytku sfery informacijnyh tehnologij v Ukraini: kadrovi aspekty [Trends and problems of the development of information technologies in Ukraine: personnel aspects]. *Ekonomichnyj Visnyk NTUU «KPI» – Economic Bulletin of NTUU «KPI»*. (pp. 437-443) [in Ukrainian].
6. Zhuravl'ov, O. V. (2018). Statystychnе doslidzhennja rynku IT-poslug v Ukraini [Statistical research of the IT services market in Ukraine]. *Statystyka ta ekonomika, analiz – Statistics and economics, analysis*, 4, 25-33 [in Ukrainian].
7. Rahman, M. S., & Korabel'skyj, S. O. (2020). IT-galuz' Ukrainy v ochah svitovoi' spil'noty [The IT industry of Ukraine in the eyes of the world community]. *Biznes Inform – Business Inform*, 7, 181-188 [in Ukrainian].

8. Tarasova, K. I. (2018). Rynok informacijno-komunikacijnyh tehnologij u systemi nacional'nogo gospodarstva [The market of information and communication technologies in the system of the national economy]. *Infrastruktura rynku – Market infrastructure*, (Issue 16), (pp. 46-51) [in Ukrainian].
9. Terehov, D. S. (2017). Ekonomichni problemy rozvytku IT-pidpryjemstv Ukrai'ny [Economic problems of the development of IT enterprises of Ukraine]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, 2. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6035> [in Ukrainian].
10. *Jedynyj derzhavnyj rejestr jurydychnyh osib, fizychnyh osib-pidpryjemciv ta gromads'kyh formuvan'* [Unified state register of legal entities, individual entrepreneurs and public organizations]. <https://nais.gov.ua/p/edinyj-derjavniy-reestr-yuridichnih-osib-fizichnih-osib-pidpriemstv-ta-gromadskih-formuvan>. [in Ukrainian].
11. *Acoyiaujia IT Ukraine [IT Ukraine Association.]* <https://itukraine.org.ua> [in Ukrainian].
12. *DOU: Spil'notna programistiv [DOU: Community of programmers]*. <https://dou.ua> [in English].
13. Outsourcing Journal. OnlineEdition. URL: <https://outsourcing-journal.org> [in English].
14. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrai'ny [State Statistics Service of Ukraine.]* <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
15. *Zovnishnja torgivlja Ukrai'ny tovaramy ta poslugamy [Ukraine's foreign trade in goods and services] 2017.* URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/06/zb\\_ztutp2017.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_ztutp2017.pdf) [in Ukrainian].
16. *Zovnishnja torgivlja Ukrai'ny. [Foreign trade of Ukraine.] Statystychnyj zbirnyk – Statistical collection 2017.* URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/06/zb\\_ztu\\_2017.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_ztu_2017.pdf) [in Ukrainian].
17. *Zovnishnja torgivlja Ukrai'ny. [Foreign trade of Ukraine.] Statystychnyj zbirnyk – Statistical collection 2018.* URL: [https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2019/zb/06/zb\\_ztu\\_2018.pdf](https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/06/zb_ztu_2018.pdf) [in Ukrainian].
18. *Zovnishnja torgivlja Ukrai'ny. [Foreign trade of Ukraine.] Statystychnyj zbirnyk – Statistical collection 2019.* URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2020/zb/06/Zov\\_torg.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/06/Zov_torg.pdf) [in Ukrainian].
19. *Zovnishnja torgivlja Ukrai'ny. [Foreign trade of Ukraine.] Statystychnyj zbirnyk – Statistical collection 2020.* URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2021/zb/06/ztu\\_20\\_ue.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/06/ztu_20_ue.pdf) [in Ukrainian].
20. *Nacional'nyj bank Ukrai'ny. [National Bank of Ukraine]* <https://bank.gov.ua> [in Ukrainian].
21. *Rynok praci pid chas vijny. Kil'kist' vakansij zmenshylasja vdvichi, kompanii' shhe aktyvnishe shukajut' sen'joriv i na QA Intern tysjacha vidgukiv. [The labor market during the war. The number of vacancies has halved, companies are even more actively looking for seniors, and there are thousands of reviews on QA Intern.]* <https://dou.ua/lenta/articles/job-market-during-wartime> [in Ukrainian].
22. Special Report: Ukraine. An overview of Russia's cyberattack activity in Ukraine. URL: <https://query.prod.cms.rt.microsoft.com/cms/api/am/binary/RE4Vwwd> [in English].
23. *Ministerstvo cyfrovoi' transformacii' Ukrai'ny. [Ministry of Digital Transformation of Ukraine]*. <https://thedigital.gov.ua>.
24. *Foponomika: jak pracjuje ukrai'ns'kyj biznes pid chas vijny. [Foponomics: how Ukrainian business works during the war.]* <https://opendatabot.ua/analytics/foponomics-in-war> [in English].

Надійшла до редакції 28.07.2022.

Прийнято до друку 20.09.2022.

Публікація онлайн 23.12.2022.

Korzh M., Sova V., Fomichenko I. Marketyngova strategija vyhodu ukrai'ns'kyh IT-kompanij na svitovyj rynek. *Zovnishnja torgivlja: ekonomika, finansy, pravo*. 2022. № 6. S. 37-54. Serija. Ekonomichni nauky. [https://doi.org/10.31617/3.2022\(125\)03](https://doi.org/10.31617/3.2022(125)03)

УДК 339.138:005.21(477):004.9

**КОРЖ Марина,**

д. е. н., професор, професор кафедри світової економіки

Державного торговельно-економічного університету

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна

ORCID: 0000-0001-8129-8256

m.korzh@knute.edu.ua

DOI: 10.31617/3.2022(125)03

**KORZH Maryna,**

Doctor of Sciences (Economics), Professor, Professor at the Department of World

Economy

State University of Trade and Economics

19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine

ORCID: 0000-0001-8129-8256

m.korzh@knute.edu.ua

**СОВА Владислава,**

к. е. н.,

практик

ORCID: 0000-0002-1631-5678

vlada\_sova@ukr.net

**SOVA Vladyslava,**

PhD (Economic),

practitioner

ORCID: 0000-0002-1631-5678

vlada\_sova@ukr.net

**ФОМІЧЕНКО Інна,**

к. е. н., доцент,

завідувач кафедри менеджменту

Донбаської державної машинобудівної академії

вул. Академічна, 72, Донецька обл.,

м. Краматорськ, 84313, Україна

ORCID: 0000-0002-9180-9344

inna\_fomichenko@ukr.net

**FOMICHENKO Inna,**

Candidate of Economic Sciences, Associate

Professor, Head of the Department

of Management

Donbas State Engineering Academy

72, Akademichna St., Donetsk region,

Kramatorsk, 84313, Ukraine

ORCID: 0000-0002-9180-9344

inna\_fomichenko@ukr.net

**МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ  
ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ  
IT-КОМПАНІЙ НА СВІТОВИЙ РИНОК**

**Вступ.** Світогосподарська система наразі перебуває у стані, зумовленому вибуховим розвитком IT-технологій на тлі найскладніших викликів для міжнародної економіки.

**Проблема.** В умовах глобалізації надважливішим для бізнес-суб'єктів є формування відповідної маркетингової стратегії виходу та господарювання на міжнародних ринках з максимальним результатом і мінімальними втратами.

**Мета статті** – формування маркетингової стратегії виходу на міжнародний ринок вітчизняних підприємств, що надають IT-послуги, а також розробка перспективних методів лідогенерації через використання інноваційних рекламних технологій.

**Методи.** Застосовано діалектичний метод наукового пізнання та низку загальнонаукових і спеціальних методів дослідження.

**MARKETING STRATEGY  
OF UKRAINIAN IT COMPANIES  
ENTERING THE WORLD MARKET**

**Introduction.** The world economic system is currently in a state caused by the explosive development of IT technologies against the background of the most difficult challenges for the international economy.

**Problem.** In the conditions of globalization, the most important thing for business entities is the formation of an appropriate marketing strategy for exiting and managing international markets with maximum results and minimum losses.

**The aim** of the article is the formation of a marketing strategy for entering the international market of domestic enterprises that provide IT services, as well as the development of promising methods of lead generation through the use of innovative advertising technologies.

**Methods.** The dialectical method of scientific knowledge and a number of general scientific and special research methods are applied.

© Корж М., Сова В., Фоміченко І., 2022

Автори не отримували прямого фінансування для цього дослідження.

Внесок авторів є рівнозначним.

**Результати.** Для підвищення ефективності системи міжнародного маркетингу в ІТ-сфері прогнози в короткостроковій перспективі повинні бути максимально наближеними до реальності, що багато в чому залежить від методології маркетингового проектування й прогнозування. SOSTAC є добре структурованою, релевантною моделлю дій, що описує всі необхідні кроки за розробки маркетингової стратегії та якої варто дотримуватись за виходу на зовнішні ринки. Запропоновано модель управління маркетингом за участі в міжнародному бізнесі в ІТ-сфері, яка будується на інноваційних принципах ведення бізнесу.

**Висновки.** Представлена модель управління маркетингом за участі в міжнародному бізнесі в ІТ-сфері, яка будується на інноваційних принципах, дає змогу систематизувати усі маркетингові дії та заходи й формувати програму їхньої реалізації не випадково, а в комплексному форматі, що дасть змогу враховувати ризики функціонування суб'єктів міжнародних бізнес-процесів і розробляти програми їхнього зниження та подолання. Отже, з'являється можливість ефективно працювати з усією сіткою розвитку товарів і ринків у ІТ-сфері, що надасть можливість виявляти нові привабливості діяльності та проводити їх результативну оцінку з позиції відповідності загальним цілям і ресурсам бізнес-суб'єкта в ІТ-сфері.

*Ключові слова:* міжнародна маркетингова стратегія, інноваційні рекламні засоби, ринок ІТ-послуг, міжнародний бізнес, B2B-комунікації.

**Results.** To improve the efficiency of the international marketing system in the IT sphere, the short-term forecasts should be as close as possible to reality, which largely depends on the methodology of marketing planning and forecasting. SOSTAC is a well-structured, relevant model of actions that describes all the necessary steps for developing a marketing strategy and which should be followed when entering foreign markets. A model of marketing management during participation in international business in the IT sphere is proposed, which is built on innovative business principles.

**Conclusions.** The presented model of marketing management during participation in international business in the IT sphere, which is built on innovative principles, allows systematizing all marketing actions and measures and forming a program for their implementation not by chance, but in a complex format which will allow taking into account the risks of the functioning of international business entities processes and develop programs to reduce and overcome them. Therefore, there is an opportunity to effectively work with the entire network of development of goods and markets in the IT sphere, which will provide an opportunity to identify new attractiveness of activities and conduct an effective assessment of them from the position of compliance with the general goals and resources of the business entity in the IT sphere.

*Keywords:* international marketing strategy, innovative advertising means, IT services market, international business, B2B communications.

JEL Classification: M39; O14; O33.

**Конфлікт інтересів:** Автори заявляють, що вони не мають фінансових чи нефінансових конфліктів інтересів щодо цієї публікації; не мають відносин з державними органами, комерційними або некомерційними організаціями, які могли б бути зацікавлені у поданні цієї точки зору. З огляду на те, що два автори не працюють в установі, яка є видавцем журналу, що може зумовити потенційний конфлікт або підозру в упередженості, остаточне рішення про публікацію цієї статті (включно з вибором рецензентів і редакторів) приймалося тими членами редколегії, які не пов'язані з цією установою.

**Вступ.** Світогосподарська система наразі перебуває у стані, зумовленому, з одного боку, розширенням глобалізаційних процесів, подоланням наслідків пандемії COVID-19, війни в Україні, з іншого – активізацією галузі інформаційних технологій, особливо виробництва наукомісткої й високотехнологічної продукції. Ці процеси супроводжуються підвищеним інтересом розвинутих країн світу до наукомістких галузей, що посилює конкуренцію між окремими національними економіками й відтак впливає на конкурентоспроможність суб'єктів міжнародного бізнесу в цій сфері. Все це в сукупності призводить до підвищення ризику здійснення міжнародних бізнес-процесів, учасники яких застосовують різні заходи й підходи, спрямовані на підвищення власної вигоди від участі в них. Тому наразі спостерігається особливий інтерес до розвитку системи міжнародного маркетингу, його інстру-

ментарію й формування ефективної маркетингової комунікаційної стратегії, основним напрямом якої є не тільки успішна організація збуту продукції на міжнародних ринках і здійснення одноразової вигідної бізнес-операції, а й забезпечення надійних позицій у світовому економічному просторі та їхнього утримання.

**Проблема.** У глобалізаційних умовах розвитку світової економіки однією з найактуальніших проблем бізнес-суб'єктів є формування відповідної маркетингової стратегії виходу та господарювання на міжнародних ринках з максимальним результатом і мінімальними втратами. Здебільшого наявні підходи до вирішення такого завдання мають односторонню орієнтацію й спрямовані на активізацію окремих маркетингових функцій, виконання яких є не завжди узгодженим між собою, що призводить до відхилення від очікуваних результатів за організації бізнес-процесів на міжнародному рівні. Причин такого результату багато (це залежить як від самих учасників бізнес-діяльності, так і від рівня економічного розвитку й конкурентоспроможності їхніх країн, а також від специфіки галузі й ринку), але найвагомішими з них є: непрофесіоналізм у галузі міжнародного маркетингу (що пов'язано зі стихійністю й спонтанністю ведення бізнес-процесів); дефіцит ресурсів і коштів; відсутність досвіду участі в міжнародному бізнесі (особливо для країн з трансформаційною економікою); нестача інформації.

Особливий інтерес викликає проблема формування стратегії міжнародного маркетингу у сфері надання *IT*-послуг (технічного та програмного забезпечення, *IT*-аутсорсингу, дизайнерських послуг тощо), оскільки за її розробки необхідно враховувати не тільки своєрідність масштабів маркетингового охоплення, але й специфіку *B2B* галузі, де проявляються такі особливості: індивідуальність споживача, підвищені вимоги до якісно-технічного й інноваційного рівня пропонованої продукції, найбільший ступінь активізації регіональної політики, що природно підвищує ступінь ризику участі в бізнес-процесах і виходу на ринок незалежно від рівня охоплення.

Конкуренція на українському ринку інформаційних технологій на сьогодні досить висока, тоді як потенціал стандартних рекламних засобів значно нижчий через специфіку самого ринку, а також так званої «інформаційної сліпоти» аудиторії, що викликана у сучасних споживачів надмірною кількістю різноманітних рекламних звернень. Отже є гостра потреба не просто у формуванні системи міжнародного маркетингу, а й у механізмі, що додає змогу координувати зусилля в галузі міжнародного маркетингу з метою підвищення результативності маркетингової діяльності загалом і кожного рекламного заходу зокрема через максимум факторів, що впливають на ефективність виходу вітчизняних підприємств *IT*-галузі на міжнародні ринки.

Реклама – це галузь, яка знаходиться у процесі постійної трансформації, адже науковий і технічний прогрес, що невпинно розвивається, безпосередньо впливає на маркетинг, пропонуючи більш

нові засоби просування товарів і послуг. Важливо розуміти, що саме поняття «інновація» має високу динамічність. Відтак будь-який рекламний засіб може вважатись інноваційним, поки він не втратить своєї актуальності й на зміну йому не прийде новітніша технологія. Саме тому за вибору рекламних засобів, що розглядатимуться у цій статті, основним критерієм є їхня відповідність вимогам і можливостям сьогодення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значний внесок у розвиток інноваційно-маркетингової концепції внесли вчені-економісти й маркетологи С. Коверга [1; 2], Р. Лепа та Д. Солоха [2], Н. Мешко [3; 4] та Ю. Морозов [4], С. Ковальчук [5], О. Каніщенко [6], А. Мазаракі [7], М. Ермошенко [8], Д. Міллер [9], М. Портер [10], Н. Томас [11] та ін.

Провідні українські науковці С. Ковальчук [5] та О. Каніщенко [6] сформуvalи наукову платформу розгляду актуальних маркетингових питань щодо вирішення окремих ринкових проблем завдяки активізації маркетингового механізму та його інструментарію в міжнародному контексті. Також автори акцентували на тому, що розвиток міжнародного маркетингу може слугувати одним з головних елементів подолання нестабільності у світовій економіці.

Світовий досвід міжнародного підприємництва демонструє, що в сучасних умовах для забезпечення досягнення намічених цілей суб'єктам бізнес-процесу адміністративного впливу недостатньо. Практика управління маркетинговою діяльністю на міжнародному рівні, про що свідчать праці відомих західних маркетологів, зокрема Д. Міллера [9], М. Портера [10], Н. Томаса [11], полягає в розробці й використанні комплексу заходів, які здатні забезпечити якісні зміни у виробництві й збуті. У наявних умовах функціонування господарських одиниць подібна система дій реалізується шляхом розробки маркетингових стратегій, спрямованих на зниження ризику виходу на цільовий ринок збуту.

**Метою** статті є формування маркетингової стратегії виходу на міжнародний ринок вітчизняних підприємств, що надають ІТ-послуги, а також розробка перспективних методів лідогенерації через використання інноваційних рекламних технологій.

Об'єкт дослідження – процес імплементації міжнародного маркетингу на вітчизняних підприємствах ІТ-сектору. Предметом є теоретичні та практичні аспекти виходу аутсорсингового бізнесу на закордонні ринки з використанням інноваційних рекламних засобів.

**Методи.** У ході дослідження використано діалектичний метод наукового пізнання та низка загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, взаємопов'язаних і послідовно застосованих відповідно до загальної логіки аналізу: теоретичне узагальнення, аналіз та синтез, теоретичне узагальнення, статистичний аналіз, порівняння, класифікація та моделювання.



**Результати дослідження.** Підприємства, що працюють на ринку *B2B*, увесь час повинні адаптувати свою політику комунікацій з партнерами та клієнтами через постійні технологічні удосконалення комунікаційних засобів. Крім того, все більше компаній пріоритетом своєї діяльності вважають клієнтоорієнтованість, тож саме комунікації стають ключовим фактором. Щодо світового ринку послуг, то їхнє різноманіття щороку зростає в геометричній прогресії, особливо ж популярними останніми роками стали інформаційні та телекомунікаційні послуги.

Ринок інформаційних технологій умовно складається з трьох основних сегментів:

*Hardware* – апаратне забезпечення, яке становить фізичну основу технологічних процесів.

*Packagedsoftware* – готове програмне забезпечення, яке має інформативну частину інформаційних процесів.

*Services* – безпосередньо інформаційні послуги, наприклад, *IT*-аутсорсинг, телекомунікаційні послуги чи послуги вебдизайну.

У рейтингу рівня витрат на *IT* та залежно від цього рівня економічного розвитку Україна (32.2 дол. США у ВВП на особу) займає одне з останніх місць (за даними за 2020 р.) [12]. За показниками 2021 р., частка інформаційних та телекомунікаційних послуг в Україні становила 18 % (табл. 1), а показник приросту порівняно з попереднім періодом приріс на 3.2 % [13].

Таблиця 1

**Структура споживання послуг в Україні за 2021 р. [13]**

Вид послуг	Обсяг споживання, %
Транспорт, складське господарство, поштова та кучерська діяльність	48
Тимчасове розміщення й організація харчування	4
Інформація та комунікації	18
Операції з нерухомим майном	7
Професійна, наукова та технічна діяльність	12
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	6
Освіта	2
Інші	3

Джерело: складено авторами.

Останніми роками показники українського ринку по всіх сегментах показують приріст (табл. 2): *hardware* – приріст з 1.2 до 1.5 млрд дол. США, ринок готового програмного забезпечення – з 0.11 до 0.12 млрд дол. США, а ринок інформаційних послуг зріс з 0.18 до 0.19 млрд дол. США. Отже, найбільшу динаміку показує сегмент апаратного забезпечення, що свідчить про те, що цей ринок загалом знаходиться на початковому етапі та розвинений досить слабо.

**Динаміка обсягу сегментів світового ІТ-ринку  
за період 2020–2021 рр., млрд дол. США [14; 15]**

Сегменти	Обсяг, млрд дол. США	
	2020	2021
Фізичне забезпечення ( <i>Hardware</i> )	1.2	1.5
Програмне забезпечення ( <i>Software</i> )	0.11	0.12
Інформаційні послуги ( <i>Services</i> )	0.18	0.19

*Джерело:* складено авторами.

Проаналізувавши статистику, можемо зробити висновок, що ринок ІТ-послуг поки що не надто популярний. Це означає, що клієнт не надто орієнтується на ринку й можливо необізнаний про особливості послуг. Водночас ринок вебдизайну за 2020 р. становив 24.5 млрд дол. США; на цей момент є 200 млн активних сайтів у мережі Інтернет; 400 тис. спеціалістів працевлаштовано у сфері вебдизайну, а середня вартість розробки вебдизайну в Україні становить 2 тис. дол. США, у світі – 3.5 тис. дол. США [14–16].

Якщо ж розглядати вебдизайн як одну зі складових ІТ-сфери, то важливо представити такі дані: за прогнозами експертів, до 2025 р. ІТ-галузь України може вирости з 2.4 до 7.7 млрд дол. США, а частка ІТ у ВВП України – до 5.8 %. У такому випадку протягом 3 років може бути створено понад 100 тис. нових робочих місць. Однак на сьогодні в галузі є проблеми: по-перше, немає істотної державної підтримки розвитку галузі через відсутність певних нормативних і законодавчих актів, які б врегульовували юридичні питання у цій сфері; по-друге, попит в Україні на послуги як вебдизайну, так й ІТ-розробки загалом формують великі та транснаціональні компанії [14; 17].

Перед постачальниками ІТ-послуг загалом та вебдизайну зокрема в Україні стоїть питання щодо генерування продажів. Відповідь наразі очевидна – міжнародні ринки. Це оптимальний вихід, який дасть змогу отримувати цільовий прибуток та органічно розвивати свій бізнес.

Для підвищення ефективності системи міжнародного маркетингу й зниження ризику виходу на міжнародний ринок (у ІТ-сфері особливо) прогнози в короткостроковій перспективі мають бути максимально наближеними до реальності, що багато в чому залежить від методології маркетингового проектування й прогнозування. Тож формулювання цілей міжнародного маркетингу має бути максимально чітким й лаконічним – кількісне вираження маркетингових цілей дасть можливість полегшити контроль їх виконання. Однак не всі цілі можна сформулювати кількісно – забезпечувальні можна сформулювати й у якісній формі: забезпечення виживання в умовах жорсткості конкурентної боротьби на міжнародному ринку; підтримка й зростання престижу компанії у світовому економічному просторі; підтримка й зміцнення іміджу компанії тощо.

Є такі специфічні моделі планування маркетингової діяльності, як, наприклад, *SOSTAC* – модель планування, що має спростити діяльність і планування маркетингу (табл. 3).

Таблиця 3

**Складові елементи моделі *SOSTAC* [18–20]**

Етап	Дії
<i>Situation analysis</i> (Аналіз ситуації)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· оцінка факторів 5 'S та інших <i>KPI</i>, а також оцінка трендів й прогнозів;</li> <li>· аналіз споживачів;</li> <li>· аналіз ринкової ситуації;</li> <li>· аналіз конкурентів;</li> <li>· аналіз внутрішніх можливостей й ресурсів</li> </ul>
<i>Objectives</i> (Постановка цілей)	<p>Формування цілей за 5S критеріями:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· <i>Sell</i> (продажі) – цілі по залученню клієнтів та утриманню клієнтів;</li> <li>· <i>Serve</i> (сервіс) – цілі по задоволенню споживача</li> <li>· <i>Sizzle</i> (додана вартість) – вау-фактори;</li> <li>· <i>Speak</i> (комунікація) – залучення нових клієнтів;</li> <li>· <i>Save</i> (збереження) – кількісне підвищення ефективності</li> </ul>
<i>Strategy</i> (Формування стратегії за такими кроками ( <i>STOP &amp; SIT</i> ))	<p>Формування стратегії за такими кроками (<i>STOP &amp; SIT</i>):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· <i>Segments</i> (сегментація);</li> <li>· <i>Targets</i> (цільові ринки);</li> <li>· <i>Objectives</i> (завдання й цілі);</li> <li>· <i>Positioning OVP</i> (позиціонування унікальності онлайн продукту);</li> <li>&amp;</li> <li>· <i>Suquence</i> (послідовність): звернув увагу, спробував, купив);</li> <li>· <i>Integration</i> (інтеграція): <i>CRM, ERP</i>, База даних;</li> <li>· <i>Targeting</i> (цільова аудиторія й сегментація)</li> </ul>
<i>Tactics</i> (Визначення тактики)	<p>За маркетинговим міксом 8 P's:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· <i>Product</i> (продукт);</li> <li>· <i>Place</i> (місце і час проведення);</li> <li>· <i>Price</i> (ціна);</li> <li>· <i>Promotion</i> (просування);</li> <li>· <i>Process</i> (процес);</li> <li>· <i>Physicalenvironment</i> (фізичне середовище);</li> <li>· <i>People</i> (люди);</li> <li>· <i>Productivity</i> (продуктивність і якість);</li> <li>· включно з контент-планом та контракт-планом</li> </ul>
<i>Action</i> (План дій)	<p>Визначення:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· обов'язків й структурних підрозділів;</li> <li>· процесів й систем;</li> <li>· внутрішніх ресурсів, вмінь та навичок;</li> <li>· зовнішні агентства-підрядники</li> </ul>
<i>Control</i> (Оцінка ефективності й контроль)	<p>Згідно з оцінкою відповідності цілям й досягнутому проводимо оптимізацію:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 5 'S та інших <i>KPI</i>, залучаючи вебаналітику;</li> <li>· досвід користувачів та їх відгуки;</li> <li>· оптимізація конверсії;</li> <li>· частота збору даних;</li> <li>· звіт щодо ефективності механізмів, процесів й дій</li> </ul>

Джерело: складено авторами.

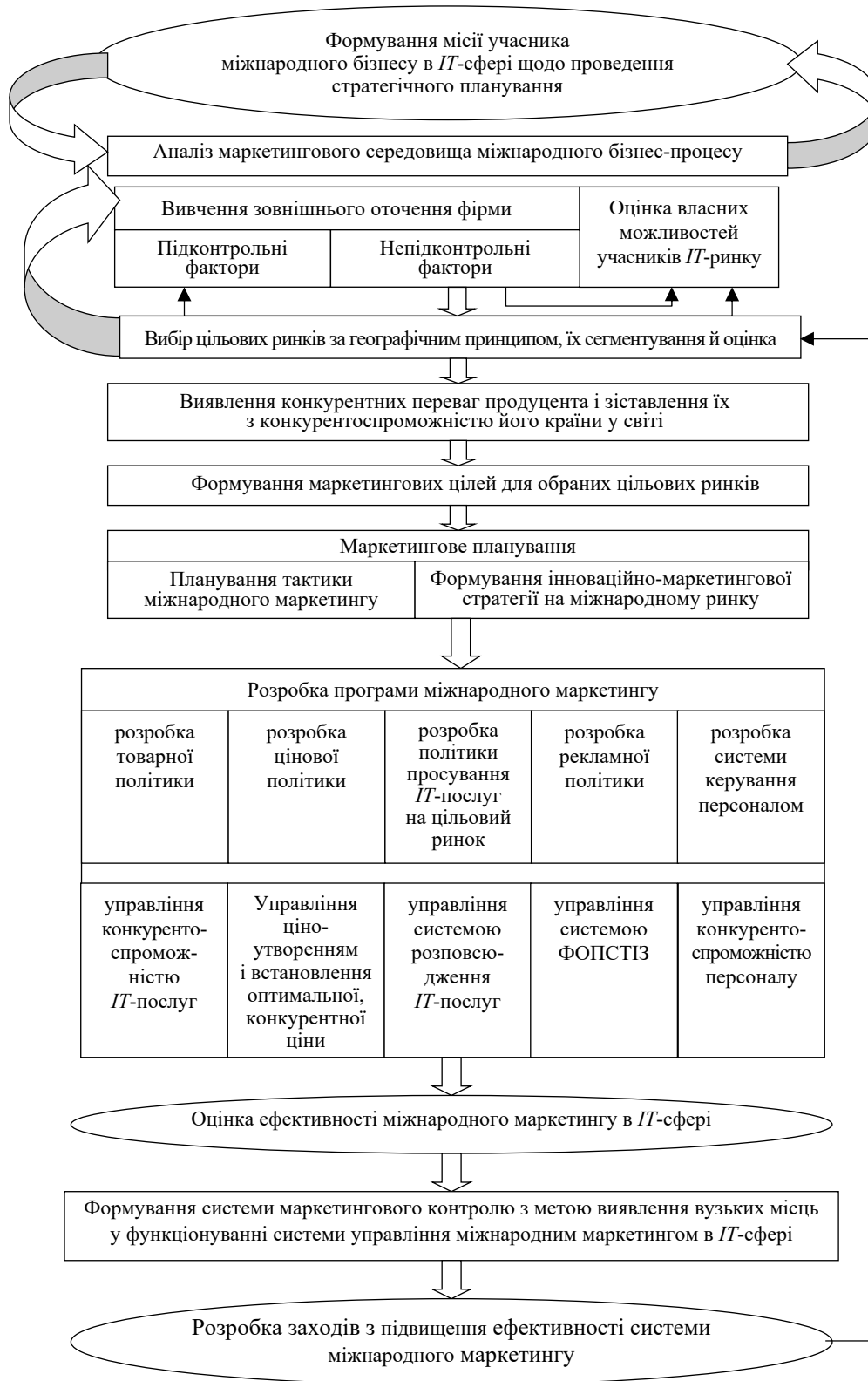
Отже, *SOSTAC* є добре структурованою, релевантною моделлю дій, що описує всі необхідні кроки за розробки маркетингової стратегії та якої варто дотримуватись за виходу на зовнішні ринки. Вона легко адаптується під відповідний вид діяльності підприємства та визначений цільовий ринок, а також дає змогу здійснювати контроль реалізації поставлених цілей та їх координацію під впливом факторів міжнародного середовища маркетингу.

У процесі здійснення маркетингового контролю не тільки виявляють відхилення фактичних показників від планових, а й визначають причини, що викликали ці відхилення, й шляхи їхньої ліквідації. До того ж контролю підлягають показники, що характеризують як результати маркетингових заходів, так і рівень витрат, пов'язаних з їхнім проведенням, і на основі їх зіставлення визначається ефективність маркетингової програми, яка може бути плановою, проміжною (розрахованою за поточними показниками), кінцевою або фактичною (за фактичними результатами, досягнутими після виконання заходу).

Основою маркетингової діяльності є проведення детальних маркетингових досліджень, на базі яких необхідно проаналізувати й зіставити вимоги й умови зовнішнього оточення з власними можливостями кожного учасника міжнародного бізнесу, в результаті чого відкриваються привабливі для них ринкові перспективи. І тільки на цьому етапі вже формуються маркетингові цілі й маркетингова стратегія, на основі яких складається система маркетингового планування й розробляється комплексна програма дій в усіх напрямках. Процес планування в маркетингу є відправною точкою всієї діяльності підприємства, тому цей план повинен бути погоджений з іншими функціями ділової активності і є частиною всієї планової системи компанії (*рис. 1*).

Представлена на *рис. 1* загальна система управління міжнародним маркетингом за участі в міжнародному бізнесі дає змогу систематизувати всі маркетингові дії й заходи та реалізовувати їх в комплексі, з огляду на їхню взаємозалежність і взаємовплив. Також створюється можливість виявляти нові привабливі сторони діяльності й оцінити їх з погляду відповідності загальним цілям і ресурсам у рамках конкретного міжнародного бізнесу-процесу, в якому бере участь *IT*-компанія.

Отже, міжнародний маркетинг – це складний механізм взаємодії внутрішніх змінних і факторів, що має бути максимально гнучким і керованим через всебічний вплив складових міжнародного середовища (починаючи зі світогосподарської системи загалом й закінчуючи конкретною галуззю (у цьому випадку сферою інформаційних технологій)).



**Рис. 1. Загальна система маркетингового управління за участі в міжнародному бізнесі в ІТ-сфері**

Джерело: складено автором.

Для забезпечення циклічності процесу маркетингового управління на міжнародному рівні необхідна оцінка кожного окремого маркетингового заходу (рекламних заходів зокрема) й аналіз ефективності всієї системи загалом, на основі чого розробляються заходи її вдосконалення.

Представлена на *рис. 1* загальна система управління міжнародним маркетингом за участі в міжнародному бізнесі дає змогу систематизувати всі маркетингові дії й заходи та реалізовувати їх в комплексі, з огляду на їхню взаємозалежність і взаємовплив. Також створюється можливість виявляти нові привабливі сторони діяльності й оцінити їх з погляду відповідності загальним цілям і ресурсам у рамках конкретного міжнародного бізнесу-процесу, в якому бере участь ІТ-компанія.

Отже, міжнародний маркетинг – це складний механізм взаємодії внутрішніх змінних і факторів, що має бути максимально гнучким і керованим через всебічний вплив складових міжнародного середовища (починаючи зі світогосподарської системи загалом й закінчуючи конкретною галуззю (у цьому випадку сферою інформаційних технологій)).

Для забезпечення циклічності процесу маркетингового управління на міжнародному рівні необхідна оцінка кожного окремого маркетингового заходу (рекламних заходів зокрема) й аналіз ефективності всієї системи загалом, на основі чого розробляються заходи її вдосконалення.

Визначення ефективності маркетингових заходів має важливе значення, особливо на стадії ухвалення рішення щодо проведення конкретного заходу. У цьому випадку одним з основних питань, що викликають інтерес як теоретиків, так і практикуючих фахівців-маркетологів, є питання (дотепер залишається відкритим) щодо побудови моделі й розробки методики визначення ефективності маркетингових заходів на стадіях як планування, так і реалізації. Програма маркетингу має орієнтуватись на розробку як загального комплексу напрямів, так і кожного конкретного заходу зокрема, при цьому конкретизуються методи й засоби, адаптовані до певних умов, що сформувались на цей момент у світогосподарській системі загалом й в окремих сегментах міжнародного ринку.

Маркетингова комунікаційна стратегія загалом та рекламні заходи зокрема повинні розглядатись як напрям довгострокового розвитку учасника міжнародного бізнес-процесу й системи взаємин з внутрішнім і зовнішнім середовищем. Крім того, вона має ключові маркетингові цілі й ринкову нішу, дає змогу сформувати інфраструктуру, максимально пом'якшити адаптацію до нових зовнішніх умов і забезпечити внутрішню координацію дій, що загалом визначає гостру

необхідність у формуванні в міжнародному маркетингу ефективної системи планування й управління з метою зменшення ризику виходу на міжнародний ринок і досягнення існуючих цілей і реалізації головної стратегії. Саме тому в міжнародній маркетинговій системі необхідно приділяти велику увагу насамперед процесу розробки маркетингових планів і комунікаційних програм.

Також дуже важливо оцінювати технології просування з погляду їхньої відповідності специфіці галузі, що рекламується. Загалом використання інноваційних рекламних засобів для ІТ-компаній є повністю виправданим, адже саме ця галузь асоціюється з науковим прогресом та новітніми технологіями. Утім, оскільки ринок ІТ є досить неоднорідним, необхідно класифікувати рекламні технології відповідно до особливостей його учасників.

На цьому етапі дослідження з'являється можливість систематизувати основні принципи формування інноваційно-маркетингової стратегії з максимальною клієнтоорієнтованістю для ІТ-сфери (рис. 2).



**Рис. 2. Основні принципи формування інноваційно-маркетингової стратегії розвитку ринку ІТ-сфери**

Джерело: складено автором.

З погляду на рекламну діяльність, доречно використовувати стандартну класифікацію ІТ-компаній з поділом на сервісні та продуктові. *Продуктова* модель ІТ-компанії передбачає, що компанія створює і розвиває свої продукти, які потім продаються великій кількості споживачів без змін. За *сервісної* моделі роботи ІТ-компанія виготовляє проекти на замовлення і не має власних продуктів, а те програмне забезпечення, що створено в результаті, може підтримуватися як цією компанією, так і будь-якою іншою. Сервісна модель характерна для аутсорсинг-компаній [2].

Отже, здебільшого продуктові компанії займаються розробкою продуктів для кінцевого споживача – комп’ютерні програми для персонального використання, послуги зі створення та управління вебсайтами, різноманітні мобільні додатки та ігри для різних платформ. Сервісні ж аутсорс-фірми пропонують послуги на ринку *B2B* – різноманітні програмні рішення для управління даними, *CRM*-системи, керування та автоматизація виробництва та інші.

Ще однією суттєвою особливістю реклами компаній, що працюють у сфері інтелектуальних технологій, є необхідність комунікації не лише з потенційними та наявними клієнтами на споживчих та виробничих ринках, а й створення та просування іміджу компанії серед членів ІТ-ком’юніті, тобто привернення уваги потенційних співробітників і залучення до команди найкращих спеціалістів галузі.

Рівень інноваційності реклами можна визначити за критеріями використання:

- професійного технічного забезпечення;
- новітніх комп’ютерних технологій;
- нестандартних способів подачі інформації, що виявляється в

появі інноваційних рекламних форм [18; 20].

З огляду на викладені обґрунтування специфіки компаній, які функціонують на ринку, у *табл. 4* наведено класифікацію новітніх рекламних засобів, що базується одразу на двох показниках: специфіка технології та галузь ІТ, де доречно її використовувати.

Таблиця 4

**Класифікація інноваційних рекламних технологій  
для учасників ІТ-ринків**

Група технологій	Назва	Продуктова модель ІТ (ринок <i>B2C</i> )	Сервісна модель ІТ (ринок <i>B2B</i> )	Імідж-менеджмент ІТ-компаній
Відеореклама	Трьохвимірна технологія <i>InDoor TV – X3D video</i>	+	+	+
	Технологія інтерактивної взаємодії <i>Just Touch</i>	+	+	+
	Інтерактивне скло	+	+	+



Закінчення табл. 4

Група технологій	Назва	Продуктова модель ІТ (ринок В2С)	Сервісна модель ІТ (ринок В2В)	Імідж-менеджмент ІТ-компаній
Відеомаппінг (3D mapping)	Технологія інтерактивної проєкції <i>Ground FX</i>	+	+	+
	Технологія трьохвимірної проєкції <i>Free Format Projection</i>	+	+	+
	Парові екрани	+	+	+
	Голографічна піраміда	+	+	+
Ембієнт та зовнішня реклама	Ембієнт-маркетинг	+	+	+
	Інтерактивні рекламні щити <i>Smart Screen</i>	+	–	–
Віртуальна реальність та 3D технології	Ролики <i>VR 360</i>	+	+	+
	3D трансляція з груповим сприйняттям	–	+	+
	3D сканування і друк	–	+	+
Доповнена реальність і <i>GPS</i>	Технології доповненої реальності	+	+	–
	<i>Bluetooth</i> маячки	–	+	–
Штучний інтелект	Програматик маркетинг	+	+	–
	Рекламні щити, що самі формують свій контент	+	+	+
Розумний текстиль	Сенсорна тканина <i>Jacquard</i>	–	+	+
	Тактильна сорочка <i>The Sound Shirt</i>	–	+	+
Месенджери	Чат-боти	+	+	+
	Рекламні кампанії у месенджерах	+	+	–

Джерело: складено автором.

Для оцінки ефективності й доречності застосування зазначених рекламних засобів на підприємствах ринку інтелектуальних технологій за просування послуг ІТ-сегменту на закордонні ринки використаємо три показники.

*Новизна технології.* Оцінювання новизни технології буде проводитись шляхом присвоєння кожній з них балів від 1 – технологія, що існує найдовше, до 13 – найновіша технологія.

*Універсальність.* Параметр універсальності оцінюється за можливістю використання технології для просування на ринках В2В, В2С, а також для власного імідж-менеджменту компанії за шкалою від 1 до 3 балів, де 1 – найменш універсальна технологія, 3 – найбільш універсальна.

*Вау-ефект.* Показник вау-ефекту, який здатний справити на споживача зазначені вище технології, визначався шляхом опитування серед експертів галузі та є суб'єктивним для кожного з учасників анкетування. Оцінюється за шкалою від 1 до 5, де 1 – зовсім не вражає, а 5 – дуже вражає.

Ознайомитись з узагальненими результатами проведеного експертного опитування можна у *табл. 5*.

Таблиця 5

**Зведений результат аналізу ефективності використання інноваційних рекламних технологій за просування ІТ-послуг на закордонні ринки**

Група технологій	Назва технології	Показник			Загальний бал	Середній бал по групі
		Новизна	Універсальність	Вау-ефект		
Відеореклама	Трьохвимірна технологія <i>InDoor TV – X3D video</i>	2	3	3.42	8.42	9.54
	Технологія інтерактивної взаємодії <i>Just Touch</i>	2	3	3.21	8.21	
	Інтерактивне скло	5	3	4.00	12.00	
Відеомапінг (3D mapping)	Технологія інтерактивної проєкції <i>Ground FX</i>	4	3	3.50	10.50	11.00
	Технологія трьохвимірної проєкції <i>Free Format Projection</i>	4	3	4.25	11.25	
	Парові екрани	3	3	4.21	10.21	
	Голографічна піраміда	6	3	3.04	12.04	
Ембієнт та зовнішня реклама	Ембієнт-маркетинг	1	3	2.25	6.25	9.07
	Інтерактивні рекламні щити <i>Smart Screen</i>	9	1	1.88	11.88	
Віртуальна реальність та 3D технології	Ролики <i>VR 360</i>	12	3	2.42	17.42	15.04
	3D трансляція із груповим сприйняттям	13	2	2.79	17.79	
	3D сканування і друк	4	2	3.92	9.92	
Доповнена реальність і <i>GPS</i>	Технології доповненої реальності	7	2	3.08	12.08	12.81
	<i>Bluetooth</i> маячки	10	1	2.54	13.54	
Штучний інтелект	Програмастик маркетинг	8	2	2.50	12.50	15.73
	Рекламні щити, що самі формують свій контент	12	3	3.96	18.96	
Розумний текстиль	Сенсорна тканина <i>Jacquard</i>	13	2	3.13	18.13	18.53
	Тактильна сорочка <i>The Sound Shirt</i>	13	2	3.92	18.92	
Месенджери	Чат-боти	11	3	1.54	15.54	14.34
	Рекламні кампанії у месенджерах	10	2	1.13	13.13	

Джерело: розроблено автором.

Отже, проаналізувавши отримані дані, можна зробити висновок, що найперспективнішими новітніми рекламними технологіями для застосування в сфері ІТ є рекламні щити, що самостійно формують контент, виготовлення сувенірної продукції з використанням сенсорної тканини та тактильні сорочки. Проте серед дієвих інструментів виходу на зовнішні ринки варто зазначити такі:

*Активна лідогенерація:* ІТ-компаніям для пошуку прямих продажів доцільно користуватись рейтингом стартапів світу (*angel.co*), професійними соціальними мережами (*LinkedIn*) для побудови бізнес-відносин з потенційними покупцями, списками та рейтингами кращих стартапів, продуктових компаній та проєктів.

*Партнерські стосунки* – один зі способів залучення закордонних контрактів до своєї клієнтської бази. Це можуть бути акселератори, масштабні ІТ-компанії, консалтингові та маркетингові агенції, бізнес-консультанти. У майбутньому такі стосунки можуть сприяти стабільному пасивному потоку клієнтів.

*ІТ-ком'юніті:* конференції та локальні події, що відбуваються в ІТ-середовищі – можливість здобути бізнес-контакти, познайомитись з потенційними клієнтами та успішно продати свої послуги членам ІТ-ком'юніті.

*Маркетинг:* для того, щоб забезпечити стабільний пасивний потік потенційних клієнтів, необхідно побудувати маркетингові процеси, орієнтовані на цільовий ринок – це оптимізація вебсайту компанії відповідно до сучасних тенденцій, створення цільового контенту, співпраця з локальними лідерами думок, активне ведення сторінок у соціальних мережах, участь у конференціях у ролі спікерів, а також це маркетингові кампанії з цільовими сторінками та контекстна реклама.

Отже, в умовах актуальної на сьогодні концепції холістичного маркетингу рекламна діяльність є одним з ключових елементів маркетингової міжнародної стратегії підприємства. Вона є складним поняттям, що визначено такими рисами: неособистий характер, складність у формулюванні ефекту і отриманні зворотної реакції аудиторії, громадський характер, помітність і здатність до переконання.

**Висновки.** З погляду на результати аналізу природи міжнародного маркетингу, а також на основі проведеного моделювання загальної системи управління його механізмом, встановлено, що план міжнародного маркетингу є основою діяльності ІТ-компанії у сфері забезпечення прибутковості її роботи за здійснення міжнародного бізнесу, система міжнародного маркетингу не може бути ізольованою від планування інших функцій ділової активності в міжнародному підприємстві, особливо у галузі маркетингових комунікацій та їхньої рекламної складової.

Щодо реклами підприємств на ринку інформаційних технологій, у ході досліджень визначено доцільність запровадження з цією метою інноваційних рекламних засобів. Результатом вивчення цього питання став висновок про перспективність використання у сфері ІТ таких технологій: розумні рекламні щити, виготовлення сувенірної продукції з використанням сенсорної та тактильної тканини. З іншого боку, за вибору новітніх рекламних засобів для конкретного підприємства підкреслено необхідність орієнтуватись на специфічні характеристики компанії (бюджет, цільова аудиторія, продукт тощо).

В умовах актуальної на сьогодні концепції холістичного маркетингу рекламна діяльність є одним з ключових елементів маркетингової міжнародної стратегії підприємства. Вона є складним поняттям, що характеризується такими рисами: неособистий характер, складність у визначенні ефекту та отриманні зворотної реакції аудиторії, громадський характер, помітність і здатність до переконання.

Отже, представлена модель управління маркетингом за участі в міжнародному бізнесі в ІТ-сфері, яка будується на запропонованих принципах, дає змогу систематизувати всі маркетингові дії та заходи й формувати програму їхньої реалізації не випадково, а в комплексному форматі, що дає змогу враховувати ризики функціонування суб'єктів міжнародних бізнес-процесів і розробляти програми їхнього зниження та подолання, враховуючи взаємовплив та взаємозалежність компонентів загальної інноваційно-маркетингової стратегії бізнес-суб'єкта, який функціонує в ІТ-сфері з урахуванням її особливостей. Отже, з'являється можливість ефективно працювати з усією сіткою розвитку товарів і ринків в ІТ-сфері, що надасть можливість виявляти нові привабливості діяльності та проводити їх результативну оцінку з позиції відповідності загальним цілям та ресурсам бізнес-суб'єкта в ІТ-сфері.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Коверга С. В. Маркетингові інструменти формування механізму управління збалансованим розвитком промислових підприємств. Технологія та методи управління збалансованим розвитком підприємств: монографія. Саарбрюккен (Saarbrücken): Lap Lambert Academic Publishing, 2018. 244 с.
2. Лєпа Р. М., Солоха Д. В., Коверга С. В. та ін. Маркетинг та менеджмент: методи, моделі та інструменти: монографія. Донецьк: Східний видавничий дім, 2018. 250 с.
3. Мешко Н. П. Перспективи розвитку сфери ІТ як провідної інноваційної галузі України. *European Journal of Management Issues*, 2016. №4. С. 71-77.
4. Мешко Н. П., Морозов Ю. Д. Основи застосування маркетингового підходу в управлінні промисловим підприємством. Дніпро: Наука і освіта, 2016. 218 с.
5. Ковальчук С. В., Лєнь Т. В. Маркетинговий інструментарій в антикризовому управлінні підприємством. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*, 2016. №2, Т.2. С. 58-61.

6. Канищенко О. Л. Міжнародний маркетинг в діяльності українських підприємств: монографія. Київ: Знання-Прес, 2007. 448 с.
7. Мазаракі А., С. Мельниченко, Даниленко М. Інтернет-маркетинг у готельному бізнесі. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2018. № 5. С. 46-58.
8. Ермошенко М. Утворення і розподіл прибутку в інформаційно-енергетичній теорії вартості. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 9. С. 8-15.
9. Miller D. C. Total Marketing – Management’s Point of View. *Regional Industrial Marketing Conf. American Marketing Association*. Columbus (Ohio). 1985. P. 71-85.
10. Porter M. E. *Competitive marketing strategy*. N.Y.: Macmillan Publishing Co., Free Press, 2020. 396 p.
11. Thomas H. *Strategic Renaissance and Business Transformation in International Market*. H. Thomas, D. O’Neil, J. Kelly. Chichester: John Wiley & Sons, 2020. 196 p.
12. Офіційний сайт аналітичної агенції BusinessViews. URL: <http://businessviews.com.ua>.
13. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
14. IT в Україні: куди ми рухаємося. URL: <https://dou.ua/lenta/columns/future-of-it-ukraine/> (дата звернення: 24.10.2022).
15. World Economic Forum. *The Global Competitiveness Report 2021*. URL: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf> (дата звернення: 25.09.2022).
16. World Economic Forum. *The Global Competitiveness Report 2022*. URL: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf> (дата звернення: 25.09.2022).
17. Українська IT-компанія увійшла до 500 найбільших у світі розробників програмного забезпечення. URL: <https://tsn.ua/groshi/ukrayinska-it-kompaniya-uviyshla-do-500-naubilshih-u-sviti-rozrobnikov-programnogo-zabezpechennya-1045820.html> (дата звернення: 23.10.2022).
18. Продуктова та сервісна модель IT компанії. URL: <http://pmkniga.blogspot.com/2012/02/it.html>.
19. Договір про Європейський Союз від 07.02.1992 року. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_029#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_029#Text) (дата звернення: 23.10.2022).
20. Нагороди та визнання у галузі. URL: <https://www.n-ix.com/industry-recognition/> (дата звернення: 23.10.2022).

## REFERENCES

1. Koverga S. V. *Marketynгови instrumenty formuvannja mehanizmu upravlinnja zbalansovanym rozvytkom promyslovyh pidpryjemstv. Tehnologija ta metody upravlinnja zbalansovanym rozvytkom pidpryjemstv* [Marketing tools for the formation of a management mechanism for the balanced development of industrial enterprises. Technology and methods of managing balanced development of enterprises]. Saarbrücken: Lap Lambert Academic Publishing, [in Ukrainian].
2. Lepa, R. M., Soloha, D. V., & Koverga, S. V. (et all). (2018). *Marketynг ta menedzhment: metody, modeli ta instrumenty* [Marketing and management: methods, models and tools]. Donec'k: Shidnyj vydavnychyj dim [in Ukrainian].
3. Meshko, N. P. (2016). *Perspektyvy rozvytku sfery IT jak providnoi' innovacijnoi' galuzi Ukrainy* [Prospects for the development of the IT sphere as a leading innovative industry of Ukraine. *European Journal of Management European – Journal of Management* (Issues, 4), (pp. 71-77) [in Ukrainian].
4. Meshko N. P., Morozov Ju. D. (2016). *Osnovy zastosuvannja marketyngovogo pidhodu v upravlinni promyslovyh pidpryjemstvom*. Dnipro: Nauka i osvita [in Ukrainian].

5. Koval'chuk, S. V., & Len', T. V. (2016). Marketyngovyy instrumentarij v antykrizovomu upravlinni pidpryjemstvom [Marketing toolkit in anti-crisis management of the enterprise]. *Visnyk Hmel'nyc'kogo nacional'nogo universytetu. Ekonomichni nauky – Bulletin of the Khmelnytskyi National University. Economic sciences, 2*, (Vol. 2), (pp. 58-61) [in Ukrainian].
6. Kanishhenko, O. L. (2007). Mizhnarodnyj marketyng v dijal'nosti ukrai'ns'kyh pidpryjemstv [International marketing in the activities of Ukrainian enterprises]. Kyi'v: Znannja-Pres [in Ukrainian].
7. Mazaraki, A., Mel'nychenko, S., & Danylenko, M. (2018). Internet-marketyng u gotel'nomu biznesi [Internet marketing in the hotel business]. *Visnyk Kyi'vs'kogo nacional'nogo torgovel'no-ekonomichnogo universytetu – Herald of the Kyiv National University of Trade and Economics, 5*, 46-58 [in Ukrainian].
8. Ermoshenko, M. (2016). Utvorennja i rozpodil prybutku v informacijno-energetychnij teorii' vartosti. [Formation and distribution of profit in the information-energy theory of value]. *Aktual'ni problemy ekonomiky – Actual problems of the economy, 9*, 8-15 [in Ukrainian].
9. Miller, D. C. (1985). Total Marketing – Management's Point of View. *Regional Industrial Marketing Conf. American Marketing Association*. Columbus (Ohio), (pp. 71-85) [in English].
10. Porter, M. E. (2020). *Competitive marketing strategy*. N.Y.: Macmillan Publishing Co., Free Press [in English].
11. Thomas, H. (2020). *Strategic Renaissance and Business Transformation in International Market*. H. Thomas, D. O'Neil, J. Kelly. Chichester: John Wiley & Sons, [in English].
12. Oficijnyj sajt analitychnoi' agencii' BusinessViews [The official website of the analytical agency BusinessViews]. <http://businessviews.com.ua> [in English].
13. Oficijnyj sajt Derzhavnoi' sluzhby statystyky Ukrai'ny [The official website of the State Statistics Service of Ukraine]. <http://www.ukrstat.gov.ua>. [in Ukrainian].
14. *IT v Ukrai'ni: kudy my ruhajemosja [IT in Ukraine: where we are going]*. <https://dou.ua/lenta/columns/future-of-it-ukraine/> (data zvernennja: 24.10.2022) [in Ukrainian].
15. World Economic Forum. *The Global Competitiveness Report 2021*. <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf> (data zvernennja: 25.09.2022) [in English].
16. World Economic Forum. *The Global Competitiveness Report 2022*. <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf> (data zvernennja: 25.09.2022) [in English].
17. *Ukrai'ns'ka IT-kompanija uvijshla do 500 najbil'shyh u sviti rozrobnykiv programnogo zabezpechennja [The Ukrainian IT company entered the world's 500 largest software developers]*. <https://tsn.ua/groshi/ukrayinska-it-kompaniya-uvijshla-do-500-naybilshih-u-sviti-rozrobnykiv-programnogo-zabezpechennya-1045820.html> (data zvernennja: 23.10.2022). [in Ukrainian].
18. *Produktova ta servisna model' IT kompanii' [The product and service model of the IT company]*. <http://pmkniga.blogspot.com/2012/02/it.html>. [in Ukrainian].
19. *Dogovir pro Jevropejs'kyj Sojuz vid 07.02.1992 roku [Treaty on the European Union dated February 7, 1992]*. [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_029#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_029#Text) (data zvernennja: 23.10.2022) [in Ukrainian].
20. *Nagorody ta vyznannja u galuzi. [Awards and recognition in the industry]*. <https://www.n-ix.com/industry-recognition/> (data zvernennja: 23.10.2022). [in Ukrainian].

Надійшла до редакції 22.09.2022.

Прийнято до друку 01.11.2022.

Публікація онлайн 23.12.2022.

Fomina O., Romashko O., Shapovalova A. Derzhavne reguljuvannja operacij z importu v umovah vojenного стану. *Zovnishnja torgivlja: ekonomika, finansy, pravo*. 2022. № 6. S. 55-72. Serija. Ekonomichni nauky. [https://doi.org/10.31617/3.2022\(125\)04](https://doi.org/10.31617/3.2022(125)04)

УДК 339.562:355.271

**ФОМІНА Олена,**

д. е. н., професор,  
завідувач кафедри обліку та оподаткування  
Державного торговельно-економічного  
університету

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна

ORCID: 0000-0002-4962-3298

[o.fomina@knute.edu.ua](mailto:o.fomina@knute.edu.ua)

DOI: 10.31617/3.2022(125)04

**FOMINA Olena,**

Doctor of Science (Economics), Professor,  
Head at the Department of Accounting and  
Taxation

State University of Trade and Economics

19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine

ORCID: 0000-0002-4962-3298

[o.fomina@knute.edu.ua](mailto:o.fomina@knute.edu.ua)

**РОМАШКО Ольга,**

к. е. н., доцент, доцент кафедри обліку  
та оподаткування  
Державного торговельно-економічного  
університету

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна

ORCID: 0000-0003-3466-3489

[o.romashko@knute.edu.ua](mailto:o.romashko@knute.edu.ua)

**ROMASHKO Olha,**

PhD (Economics), Associate Professor,  
Associate Professor at the Department  
of Accounting and Taxation

State University of Trade and Economics

19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine

ORCID: 0000-0003-3466-3489

[o.romashko@knute.edu.ua](mailto:o.romashko@knute.edu.ua)

**ШАПОВАЛОВА Алла,**

к. е. н., доцент, доцент кафедри обліку  
та оподаткування  
Державного торговельно-економічного  
університету

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна

ORCID: 0000-0002-9749-9439

[a.shapovalova@knute.edu.ua](mailto:a.shapovalova@knute.edu.ua)

**SHAPOVALOVA Alla,**

PhD (Economics), Associate Professor,  
Associate Professor at the Department  
of Accounting and Taxation

State University of Trade and Economics

19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine

ORCID: 0000-0002-9749-9439

[a.shapovalova@knute.edu.ua](mailto:a.shapovalova@knute.edu.ua)

**ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ  
ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ В УМОВАХ  
ВОЄННОГО СТАНУ**

**Вступ.** Значна частка в зовнішньоторго-  
вельному обороті України належить імпорту  
товарів, на який негативно вплинула війна в Україні.  
Верховна Рада України постійно вносить зміни  
у законодавство, що вимагає від суб'єктів господа-  
рювання оперативного приймати ефективні управ-  
лінські рішення.

**Проблема.** Об'єктом дослідження є операції  
з імпорту товарів, обсяг яких з введенням воєнного  
стану в Україні скоротився.

**Мета статті** – аналіз змін законодавства  
щодо імпорту товарів в умовах воєнного стану,  
валютних обмежень за операціями імпорту та  
їхнього впливу на збільшення попиту на імпортні  
товари з боку суб'єктів господарювання.

**Методи.** Методика дослідження передбачає  
аналіз даних щодо вартісного обсягу імпорту за

**STATE REGULATION  
OF IMPORT OPERATIONS UNDER  
MARTIAL LAW**

**Introduction.** A significant share of the foreign  
trade turnover of Ukraine belongs to the import of  
goods, which was negatively affected by the war in  
Ukraine. The Verkhovna Rada of Ukraine constantly  
makes changes to the legislation, which requires  
business entities to promptly make effective mana-  
gement decisions.

**Problem.** The object of the study is the import  
operations of goods, the volume of which  
decreased with the introduction of martial law  
in Ukraine.

**The aim** – analysis of changes in the  
legislation on the import of goods under martial  
law, currency restrictions on import operations and  
their impact on the increase in demand for  
imported goods by business entities.

**Methods.** The research methodology involves  
the analysis of data on the value of imports during

© Фоміна О., Ромашко О., Шаповалова А., 2022

Автори не отримували прямого фінансування для цього дослідження.

Внесок авторів є рівнозначним.

місяці воєнної агресії РФ, а також тимчасових змін в законодавстві.

**Результати.** Розглянуто загальну структуру імпорту України за перші шість місяців агресії РФ. Проаналізовано дані Національного інституту стратегічних досліджень щодо імпорту порівняно з аналогічним періодом 2021 р. Фактором зменшення обсягів імпорту є введення воєнного стану в Україні та заборона будь-якого імпорту з РФ. Для прийняття ефективних рішень щодо здійснення зовнішньоекономічної діяльності постійно вносилися зміни в нормативно-правові акти. Зміни в законодавстві дали можливість полегшити процедури декларування окремих товарів під час перетину митного кордону, спростити документальне оформлення товарів і звільнити від оподаткування товари для здійснення заходів із забезпечення національної безпеки та оборони.

**Висновки.** Війна в Україні негативно вплинула на розвиток економіки та міжнародну торгівлю. Відбулася зміна фокуса імпорту товарів, оскільки передусім завозилися товари критичного імпорту. Верховна Рада України постійно вносила зміни в нормативно-правові акти, що дало змогу суб'єктам господарювання імпортувати товар і розраховуватися з нерезидентами.

*Ключові слова:* воєнний стан, імпорт товарів, обсяги імпорту, валютні обмеження, митне оформлення.

the months of the Russian military aggression, as well as temporary changes in legislation.

**Results** The general structure of Ukraine's imports during the first six months of the Russian aggression was considered. The data of the National Institute of Strategic Studies on the import of goods compared to the same period in 2021 were analyzed. The factor in the decrease in import volumes is the introduction of the martial law in Ukraine and the ban on any import of goods from the Russian Federation. In order to make effective decisions regarding the implementation of foreign economic activities, including the import of goods, changes were constantly made to regulatory and legal acts. Changes in the legislation made it possible to facilitate the procedures for declaring certain goods when crossing the customs border, to simplify the documentation of goods and to exempt goods from taxation for the implementation of measures to ensure national security and defense.

**Conclusions.** The war in Ukraine had a negative impact on the development of the economy and international trade. There was a change in the focus of the import of goods, as primarily critical import goods were imported. The Verkhovna Rada of Ukraine constantly made changes to the normative legal acts, which made it possible for business entities to import goods and settle accounts with non-residents.

*Keywords:* martial law, import of goods, import volumes, currency restrictions, customs clearance.

JEL Classification: F17.

**Конфлікт інтересів:** Автори заявляють, що вони не мають фінансових чи нефінансових конфліктів інтересів щодо цієї публікації; не мають відносин з державними органами, комерційними або некомерційними організаціями, які могли б бути зацікавлені у поданні цієї точки зору. З огляду на те, що автори працюють в установі, яка є видавцем журналу, що може зумовити потенційний конфлікт або підозру в упередженості, остаточне рішення про публікацію цієї статті (включно з вибором рецензентів і редакторів) приймалося тими членами редколегії, які не пов'язані з цією установою.

**Вступ.** Значну частку зовнішньоторговельного обороту України становить імпорт товарів. Наразі воєнний стан негативно впливає на зовнішню торгівлю. Через обставини на фронті Верховна Рада України змінює законодавство, що вимагає від суб'єктів господарювання оперативного прийняття ефективних управлінських рішень.

**Проблема.** Війна в Україні призводить до суттєвих економічних втрат, але країна на належному рівні витримує навантаження російської агресії та приймає рішення щодо зміцнення своїх позицій на міжнародному ринку. У липні 2022 р. Україну запросили до Конвенції про процедуру спільного транзиту та до Конвенції про спрощення формальностей у торгівлі товарами, що вимагало перегляду й внесення змін до Митного кодексу України та інших нормативно-правових актів. Це насамперед потребує від суб'єктів господарювання застосування нових норм у господарській діяльності.



**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню імпорту присвячено багато наукових праць як вітчизняних, так і закордонних учених. Однак питання імпорту товарів в умовах воєнного стану наразі розглянуто тільки спеціалістами-практиками у професійних виданнях, серед яких: Ю. Єгорова [1], В. Карпова [2; 3], В. Оніщенко [4], Г. Русанова [5]. Ці автори дослідили нагальні питання щодо обмежень імпорту товарів, що введені на період воєнного стану, особливості розрахунків з нерезидентами, відображення наслідків змін курсів іноземної валюти в обліку та звітності й багато інших практичних питань, які виникли в цей період.

Натомість у наукових статтях більше вивчали питання оподаткування зовнішньоекономічних операцій. Так, Ю. Чирикова розглянула особливості оподаткування зовнішньоекономічних операцій під час воєнного стану в Україні. Особливої уваги автор приділяє внесенням змін у Податковий кодекс України щодо оподаткування гуманітарної допомоги [6]. К. Безверхий та О. Юрченко розкрили нові правила використання спеціального режиму оподаткування для суб'єктів господарювання в ході війни, а також вимоги щодо звітування під час застосування спеціального режиму [7]. О. Зоріна зосереджувалась на оподаткуванні імпорту під час війни [8]. І. Стояненко та Н. Грабовська вивчали особливості оподаткування бізнесу в умовах воєнного стану [9]. І. Стояненко та А. Урсатій проаналізували наслідки війни для національної економіки України та світу, зокрема й імпорту під час воєнного стану в Україні [10]. Важливість скасування мит з боку провідних країн світу, спільного контролю у пунктах пропуску через кордон, спільного транзиту та інших митних формальностей розглянув О. Микуляк [11].

Проте на сьогодні недостатньо досліджені питання змін в законодавстві України щодо імпорту товарів в умовах воєнного стану та приєднання України до Конвенції про спрощення формальностей у торгівлі товарами та Конвенції про процедуру спільного транзиту.

**Мета** статті – аналіз змін законодавства щодо імпорту товарів в умовах воєнного стану, валютних обмежень за операціями імпорту та їхнього впливу на збільшення попиту на імпортні товари з боку суб'єктів господарювання.

**Методи.** Методика дослідження передбачає аналіз даних щодо вартісного обсягу імпорту за місяці воєнної агресії РФ, а також тимчасових змін у податковому та митному законодавстві на час дії воєнного стану за здійснення імпорту товарів в Україні. Інформаційною базою статті стали наукові дослідження вітчизняних авторів за обраною темою, дані Національного інституту стратегічних досліджень за підсумками перших шести місяців 2022 р.

Дослідження регуляторної політики державних органів щодо її впливу на облік і оподаткування операцій з імпорту проведено у статті станом на 10 вересня 2022 р.

**Результати дослідження.** Значна частка вітчизняних підприємств проводить операції з імпорту. Чинним законодавством (у сфері зовнішньоекономічної діяльності, податкового та митного законодавства) визначено різні за визначенням поняття «імпорту» (табл. 1).

Таблиця 1

**Визначення імпорту у вітчизняному законодавстві**

Джерело	Визначення імпорту
Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»	Купівля (зокрема з оплатою в негрошовій формі) українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в іноземних суб'єктів господарської діяльності товарів з ввезення або без ввезення цих товарів на територію України, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установами та організаціями України, розташованими за її межами
Податковий кодекс України	Ввезення товарів на митну територію України, вивезення товарів за межі митної території України – сукупність дій, пов'язаних з переміщенням товарів через митний кордон України у будь який спосіб у відповідному напрямі, відповідно до Митного кодексу України
Митний кодекс України	Імпорт (випуск для вільного обігу) – це митний режим, відповідно до якого іноземні товари після сплати всіх митних платежів, встановлених законами України на імпорт цих товарів, та виконання усіх необхідних митних формальностей випускаються для вільного обігу на митній території України

Джерело: складено авторами за [12–14].

Отже, за загальним законодавством, імпорт – це насамперед діяльність підприємства у відносинах з іноземними суб'єктами господарської діяльності, за податковим та митним – передусім стосовно дій платників податків з переміщення товарів через митний кордон України.

Імпорт має важливе значення для національної економіки: через нього відбувається наповнення ринку якісними товарами та передовими технологіями, товарами, які не виробляються на території нашої країни; налагодження взаємовідносин в економічній сфері між нашою країною та іншими державами, насамперед ЄС, що своєю чергою сприяє євроінтеграції, яка є головним зовнішньополітичним пріоритетом України. Під час дії воєнного стану в Україні, запровадженого через воєнну агресію РФ, імпорт товарів суттєво скоротився [15]. Так, за даними дослідників Національного інституту стратегічних досліджень [16], імпорт товарів за підсумками першої половини 2022 р. порівняно з аналогічним періодом 2021 р. скоротився на 5.8 млрд дол. США і становив 25.3 млрд дол. США (рис. 1).

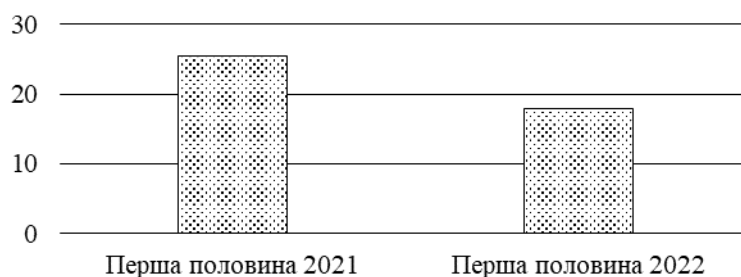


**Рис. 1. Вартісні обсяги імпорту, млрд дол. США**

*Джерело:* складено авторами за [16].

Більшу частину скорочення імпорту товарів сформувало зниження на 3.5 млрд дол. США (або на 33.1 %) закупівель машин, устаткування та транспорту. Також Україна менше імпортувала продукції хімічної промисловості (на 1.8 млрд дол. США, або на 27.7 %), а також продовольчих товарів і сільськогосподарської продукції (на 0.9 млрд дол. США, або на 24.5 %). Водночас імпорт паливно-енергетичних ресурсів зріс на 1.4 млрд дол. США, або на 27.8 %. Така динаміка зумовила збільшення частки товарів цієї групи в товарній структурі імпорту України з 16.2 до 25.4 %. Частка машин, устаткування та транспорту за аналогічний період скоротилася з 33.8 до 27.8 %.

За перше півріччя 2022 р. також суттєвим (на 48 %) є скорочення фізичних обсягів імпорту товарів (*рис. 2*).



**Рис. 2. Фізичні обсяги імпорту, млрд дол. США**

*Джерело:* складено авторами за [16].

Скорочення відбулось у всіх групах товарів, а його обсяги перевищували 30 % для кожної з груп, за винятком машин, устаткування та транспорту, імпорт яких скоротився на 20.4 %. Водночас фізичні обсяги імпорту мінеральних продуктів зменшились на 61.9 %. У загальній структурі імпорту товарів у першому півріччі 2022 р. частка ЄС становила 46.1 %.

Загалом з II кв. 2022 р., імпорт в Україні почав поступово відновлюватись та за підсумками червня наблизився до аналогічного показника 2021 р. (4.7 проти 5.5 млрд дол. США) [16]. Імпорт товарів з країни-агресора до початку воєнного вторгнення РФ був значно

обмежений урядом України, з 24 лютого 2022 р. – фактично не здійснювався, а з 11 квітня 2022 р. – повністю заборонений [15; 16].

Загалом зменшення імпорту в перші місяці воєнного стану відбулось як через наявні логістичні проблеми та скорочення попиту на товари з боку суб'єктів господарювання, так і через заборону купівлі іноземної валюти для оплати товарів некритичного імпорту, запроваджену Національним банком України, щоб стримати відтік валюти з країни та уникнути девальвації гривні. Перелік товарів критичного імпорту (тобто товарів, за якими держава дає змогу проводити транскордонні валютні платежі) затверджений Кабінетом Міністрів України 24 лютого 2022 р., до 9 липня цей перелік переглядався в бік збільшення 18 разів, ураховуючи звернення суб'єктів господарювання для відновлення виробництва, а з 9 липня критичний імпорт на товари майже повністю скасовано (у частковому обсязі залишилися обмеження для імпорту послуг). Це дало змогу суб'єктам господарювання відтоді купувати іноземну валюту та переказувати кошти за операціями з імпорту товарів, які класифікуються в товарних групах 01–97 УКТ ЗЕД згідно з Законом «Про Митний тариф України», тобто імпортувати будь-яку товарну продукцію. Щодо послуг: суб'єкти господарювання на сьогодні мають змогу імпортувати лише ті послуги, роботи, права інтелектуальної власності та інші немайнові права, що входять до затвердженого КМУ переліку [17].

Отже, за час дії воєнного стану зменшились обсяги імпорту, який, враховуючи вимоги державних регуляторів, тривалий час зорієнтований насамперед на завезення критично важливих товарів, що потрібні державі в умовах воєнного часу [18]. У майбутньому повне скасування переліку товарів критичного імпорту буде залежати від стабільності фінансової системи нашої країни.

Суб'єкти господарювання для проведення імпорتنих операцій в умовах воєнного стану, як і раніше, повинні отримувати в Міністерстві економіки України відповідні ліцензії. Проте у разі припинення чи скасування воєнного стану в Україні збір за видачу ліцензії на експорт (імпорт) товарів не справляється.

Під час імпорту придбання товарів здійснюється безпосередньо в іноземного виробника або дистриб'ютора (нерезидента) на підставі зовнішньоекономічних договорів (контрактів) купівлі-продажу (прямий імпорт) чи у посередника, що спеціалізується на таких операціях (непрямий імпорт). В останньому випадку товар купується вже у резидента країни імпорту. Операції непрямиго імпорту проводяться на підставі зовнішньоекономічних договорів комісії, консигнації, доручення.

Крім зовнішньоекономічного договору (контракту), резидент – суб'єкт господарювання зобов'язаний оформити паспорт угоди, митну декларацію, товарно-транспортну декларацію, інші документи та надати документи для проведення валютного контролю імпортової операції відповідно до чинного законодавства.

Імпорт є основним митним режимом, передбаченим Митним кодексом України (МКУ). Загальна характеристика імпорту та інших митних режимів під час імпорту, які застосовуються у вітчизняній практиці, наведена у *табл. 2*.

*Таблиця 2*

**Загальна характеристика митних режимів під час імпорту  
відповідно до Митного кодексу України**

Митний режим	Суть	Митні платежі	Вид митної декларації
Імпорт	Іноземні товари після сплати всіх установлених законодавством митних платежів випускаються у вільний обіг на митній території України	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Мито;</li> <li>• акцизний податок із ввезених на митну територію України підакцизних товарів (продукції);</li> <li>• податок на додану вартість (ПДВ) із ввезених на митну територію України товарів (продукції)</li> </ul>	ІМ-40
Реекспорт	Товари, що раніше ввезені на митну територію України або на територію вільної митної зони, вивозяться за межі митної території України без сплати вивізного мита та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності	Застосування режиму реекспорту звільняє від сплати мита та заходів нетарифного регулювання. У разі реекспорту товари, які раніше імпортовані, обкладаються ПДВ за нульовою ставкою. При цьому сума ввізного мита підлягає поверненню	ЕК-11
Тимчасове ввезення	Іноземні товари, транспортні засоби комерційного призначення ввозяться для конкретних цілей на митну територію України з умовним повним або частковим звільненням від оподаткування митними платежами та без застосування заходів нетарифного регулювання	Застосування режиму тимчасового ввезення повністю або частково звільняє від сплати мита та заходів нетарифного регулювання	ІМ-31
Переробка товарів на митній території України	Іноземні товари у встановленому законодавством порядку піддаються переробці без застосування до них заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, за умови подальшого реекспорту продуктів переробки. У процесі переробки іноземних товарів не допускається використання українських товарів (крім палива та енергії), на які законом встановлено вивізне мито	Встановлення для товарів митного режиму переробки на митній території здійснюється з умовним повним звільненням від оподаткування митними платежами	ІМ-51, 52

*Джерело:* складено авторами за [12–14].

Зазначені митні режими під час імпорту безпосередньо впливають на оподаткування відповідних операцій з придбання товарів за зовнішньоекономічними контрактами, потребують складання певних типів митних декларацій, на підставі яких в бухгалтерії підприємства нараховують зобов'язання перед бюджетом у сумі митних платежів або підприємство звільняється від нарахування таких зобов'язань.

Впровадження воєнного стану в Україні вплинуло зокрема й на внесення законодавцями змін до митного та податкового законодавства України [14; 19–21], які потрібно враховувати під час оподаткування та ведення обліку імпорتنих операцій.

Зміни законодавства здебільшого мають тимчасовий характер (внесені на час дії воєнного стану або на певний період часу дії воєнного стану).

Основними змінами, які внесені до митного законодавства (пп. 9–14 Перехідних положень МКУ), є скасування на певний період мита на транспортні засоби, а саме на «автомобілі легкові, кузови до них, причепа та напівпричепа, мотоцикли, транспортні засоби, призначені для перевезення 10 осіб і більше, транспортні засоби для перевезення вантажів, які ввозяться громадянами на митну територію України для вільного обігу». Ця норма вводилась законодавцями з метою допомоги тим, хто ввозить автомобілі для потреб армії. Також на певний період скасовувались ввізні мита на «товари, що ввозяться (пересилаються) на митну територію України підприємствами для вільного обігу, крім спирту етилового та інших спиртових дистилатів, алкогольних напоїв, пива (крім квасу «живого» бродіння), тютюнових виробів, тютюну, промислових замінників тютюну, рідин, що використовуються в електронних сигаретах». Ця зміна стосувалась суб'єктів господарювання, які займаються імпортом товарів на територію України і введена задля сприяння забезпечення населення необхідними товарами та уникнення дефіцитів, викликаних зупиненням виробництв окремих товарів. Звільнення від оподаткування ввізним митом на період дії цього положення не поширювалось на товари, які мають походження з країни, визнаної державою-окупантом згідно з законом та/або визнаної державою-агресором щодо України згідно з законодавством, або ввозяться з території держави-окупанта (агресора) та/або з окупованої території України, визначеної такою згідно з законом [14; 22].

До припинення чи скасування воєнного стану на території України за митним законодавством наразі:

- звільнено від оподаткування ввізним митом соціально значущі продукти харчування, лікарські засоби та медичні вироби, на які Кабінетом Міністрів України встановлено фіксовані ціни у розумінні Закону України «Про ціни та ціноутворення»;

- відмінено справляння плати із заінтересованих осіб за виконання митних формальностей митними органами поза місцем розташування митних органів або поза робочим часом, установленим для них;

- запроваджено спрощений порядок подання декларацій, а саме: декларування товарів, що ввозяться на митну територію України для вільного обігу, може здійснюватися шляхом подання попередньої митної декларації, яка містить всю необхідну інформацію для випуску товарів. При цьому доставка та пред'явлення цих товарів митному

органу, яким оформлена така попередня митна декларація, не є обов'язковими.

Окремою Постановою КМУ визначено також полегшену процедуру декларування гуманітарної допомоги у разі перетину митного кордону України особою, яка перевозить цей товар. Для митного оформлення замість митної декларації надається «Декларація про перелік товарів, що визнаються гуманітарною допомогою». Форма такої декларації визначена у додатку до Постанови № 174 [22; 23]. Спрощена процедура митного оформлення гуманітарної допомоги також передбачає скасування всіх заходів нетарифного регулювання. Це означає, що така допомога не підлягає застосуванню фітосанітарного та ветеринарно-санітарного контролю, державного контролю за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин, що проводяться згідно із законодавством України. Державна митна служба та Державна прикордонна служба на період воєнного стану забезпечують невідкладний пропуск через державний кордон України гуманітарної допомоги [22; 23].

Отже, на сьогодні за митним законодавством на час дії воєнного стану основними нововведеннями для суб'єктів господарювання щодо імпорту товарів залишаються: спрощення документального оформлення митних декларацій, полегшення пропуску гуманітарної допомоги, звільнення від оподаткування ввезним митом соціально значущих продуктів харчування, лікарських засобів і медичних виробів, звільнення (у певних випадках) від плати за виконання митних формальностей. Ці зміни дають змогу пришвидшити надходження у країну необхідних товарів.

Водночас у період воєнного стану розпочалися і більш глобальні процеси щодо зміни митного законодавства, які сприятимуть як спрощенню митних процедур, так і євроінтеграції країни.

Так, 7 липня 2022 р. на 187-му засіданні робочої групи *EU Counter-Terrorism Coordinator* ухвалено рішення про запрошення України до Конвенції про процедуру спільного транзиту (*NCTS*) та до Конвенції про спрощення формальностей у торгівлі, що є результатом розгляду висновків фінальної Оціночної місії Генерального директорату з питань оподаткування та Митного союзу Європейської комісії (*DG TAXUD*), яка відбулася 23–24 червня 2022 р.

Верховна Рада України своєю чергою 30 серпня 2022 р. прийняла відповідні закони [24; 25], і вже 31 серпня Україна передала європейській стороні необхідні документи для приєднання до зазначених міжнародних митних Конвенцій [26]. Таке приєднання забезпечує виконання відповідних зобов'язань України, передбачених Угодою про асоціацію між Україною, з одного боку, та Європейським Союзом, Європейською спільнотою з атомної енергії та їхніми

державами-членами, з іншого. Конвенція після завершення процедури приєднання України до неї (набрання чинності для України міжнародного договору 1 жовтня 2022 р.) стане частиною митного законодавства, її положення матимуть пріоритет над національним законодавством.

На думку експертів, після приєднання до *NCTS* можливим стане:

- переміщення товарів на підставі однієї транзитної декларації та однієї гарантії між 36 країнами світу (між Україною та країнами ЄС, Великою Британією, Туреччиною, Сербією, Північною Македонією, Ісландією, Норвегією, Ліхтенштейном та Швейцарією);
- для авторизованих відповідно до правил ЄС підприємств – отримувати й відправлення товарів на своєму підприємстві без заїзду на митні термінали як транзитне спрощення для переміщень між цими країнами.

Міжнародне застосування системи *NCTS* також пожвавить і ринок фінансових послуг, оскільки з приєднанням України до неї українські фінансові гарантії почнуть діяти ще у 35 країнах світу. Це відкриває нові можливості для наших банків, страхових та інших фінансових компаній [27].

На період дії правового режиму воєнного, надзвичайного стану, окрім митного законодавства, внесені зміни і до податкового законодавства, які стосуються імпорту товарів. Змінами, зокрема, передбачено:

- режим звільнення від оподаткування ПДВ операцій з ввезення та постачання на митній території України окремих товарів для здійснення заходів із забезпечення національної безпеки і оборони; операцій з ввезення та постачання на митній території України спеціальних засобів індивідуального захисту та бронезилетів для добровільних формувань територіальних громад, утворених відповідно до законів України; операцій з добровільної передачі або відчуження товарів, зокрема й підакцизних на користь Збройних Сил України (ЗСУ) та підрозділів територіальної оборони, без попереднього або подальшого відшкодування їх вартості;
- запровадження ставки 7% до операцій з ввезення та постачання пального та нафтопродуктів;
- неврахування громадськими об'єднаннями та/або благодійними організаціями поставлених товарів як благодійної допомоги за обрахунку граничного обсягу для цілей реєстрації платниками ПДВ;
- передача пального суб'єктами господарювання, які не є платниками акцизного податку з реалізації пального, на потреби ЗСУ та іншим військовим формуванням не передбачає обов'язку щодо отримання ліцензії на оптову чи роздрібну торгівлю паливом, реєстрації платниками акцизного податку та реєстрації акцизних складів. Такі суб'єкти господарювання можуть враховувати обсяги



пального, безоплатно переданого на зазначені потреби, при обрахунку обсягів, які суб'єкти господарювання мають право отримати протягом року на зберігання з метою використання виключно для потреб власного споживання [27; 28].

Пільгами в оподаткуванні зазначених імпорتنих операцій наразі користуються відповідні суб'єкти господарювання, що проводять такі операції.

Під час здійснення операцій з імпорту товарів, розрахунків з нерезидентами та ведення їх подальшого обліку враховуються і валютні обмеження, що встановлені Національним банком України на період воєнного стану (табл. 3).

Таблиця 3

**Валютні обмеження за операціями з імпорту під час воєнного стану**

Обмеження	
<i>Дозвіл на здійснення транскордонних переказів валютних цінностей з України за дорученням клієнтів/переказ коштів на кореспондентські рахунки банків-нерезидентів у гривнях/іноземній валюті, відкриті в банках-резидентах, лише:</i>	
в оплату за товари критичного імпорту	за умови, якщо поставка товарів за такими операціями здійснена/здійснюється після 23.02.2022 р.
за операціями з виконання зобов'язань, які забезпечені державною гарантією	
за операціями з метою виконання зобов'язань резидента перед нерезидентом за укладеним між ними договором купівлі-продажу товарів	за умови, якщо такий переказ здійснюється коштами, одержаними за кредитом (позикою) від МФО або за субкредитом від держави, для фінансування якого держава залучила кредит (позику) від МФО
за операціями резидентів та нерезидентів для проведення мобілізаційних та інших заходів (потреб), визначених законами України, що регулюють відносини у сферах забезпечення національної безпеки та оборони	
в оплату вартості товарів, робіт та послуг за кордоном з використанням електронних платіжних засобів	<ul style="list-style-type: none"> <li>• на суму в еквіваленті до 100 000 грн включно на календарний місяць з усіх рахунків клієнта банку, відкритих у національній валюті;</li> <li>• без обмеження суми з усіх рахунків клієнта банку, відкритих в іноземній валюті</li> </ul>
<i>Заборона для банківських установ здійснювати купівлю (обмін) іноземної валюти за дорученням клієнтів (суб'єктів господарювання), крім випадків:</i>	
здійснення валютних операцій з обміну іноземної валюти в межах I групи Класифікатора іноземних валют та банківських металів за дорученням клієнтів	
купівлі іноземної валюти з метою проведення валютних операцій за товари критичного імпорту*	
<i>Граничні строки розрахунків за операціями з імпорту товарів (застосовуються до операцій на суму 400 000 грн і більше)</i>	
365 календарних днів	застосовується до операцій, які розпочаті до 05.04.2022 р. Цей строк також поширюється на незавершені операції резидента з експорту й імпорту товарів, щодо яких до 07.02.2019 р. банк не встановив порушення 180-денного строку розрахунків
180 календарних днів	застосовується до операцій, які розпочаті з 05.04.2022 р.**

\* НБУ з метою зниження тиску на валютному ринку з 11.07.2022 р. зменшив з 10 до 2 робочих днів строк використання купленої валюти суб'єктами господарювання для розрахунків з нерезидентами.

\*\* Граничний строк розрахунків, який встановлювався до операцій, які розпочаті з 05.04.2022 р., змінювався регулятором тричі (у квітні, коли змінено 365 к. днів на 90 к. днів, у червні, коли змінено 90 к. днів на 120 к. днів і в липні, коли змінено 120 к. днів на 180 к. днів). Новий збільшений строк (180 к. днів застосовується до тих операцій, у яких старий строк для розрахунків ще не минув (тобто немає виходу на прострочення).

*Джерело:* складено авторами за [29–31].

Отже, валютні обмеження за операціями з імпорту товарів від початку воєнного стану в Україні з часом поступово спрощуються регулятором з метою подальшого відновлення роботи підприємств та пожвавлення економіки.

Щодо здійснення розрахунків з нерезидентами-постачальниками в умовах воєнного стану, вони базуються на правилах, які діяли і до введення воєнного стану у країні [31]:

- перекази за валютними операціями проводять виключно через банки;
- розрахунки за зовнішньоекономічними операціями здійснюються виключно через *рахунки* в банках; резиденти виконують валютні операції (купівлю іноземної валюти, переказ коштів) за кожним зовнішньоекономічним договором через один банк;
- розрахунки з нерезидентом у готівковій формі заборонені;
- здійснення розрахунків за торговельним зовнішньоекономічним договором (контрактом) шляхом електронного платіжного засобу забороняється, крім випадків здійснення таких розрахунків за одним зовнішньоекономічним договором (контрактом) в один операційний день, операція за яким не перевищує незначний розмір.

Контроль за розрахунками з нерезидентами-постачальниками, дотриманням строків розрахунків здійснюють банківські установи, а застосування заходів впливу (штрафних санкцій, пені) за порушення валютного законодавства підприємствами покладено на органи Державної податкової служби України.

**Висновки.** Гнучкість законодавства в умовах воєнного стану вимагає від суб'єктів господарювання необхідність постійно відстежувати зміни для врахування їх у процесі діяльності, зокрема під час проведення операцій з імпорту товарів.

Після впровадження воєнного стану в регулюванні зовнішньоекономічної діяльності загалом і операцій з імпорту зокрема змінилися насамперед правила митного оформлення, справляння митних платежів, оподаткування, строки та обмеження валютних розрахунків тощо. Це має безпосередній вплив на діяльність підприємств у сфері імпорту, відображення імпортних операцій у бухгалтерському обліку, а також у фінансовій та податковій звітності.

Введені НБУ на початку воєнного стану валютні обмеження поступово спрощуються, що дає можливість підприємствам прискорити розрахунки та відновити ефективність роботи з іноземними контрагентами щодо здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Спрощення валютних обмежень позитивно вплине на збільшення обсягів імпорту товарів для їх подальшої реалізації на території України.

Попри те, що в кінці серпня Верховна Рада України прийняла Закони про приєднання до Конвенції про спрощення формальностей

у торгівлі товарами та Конвенції про процедуру спільного транзиту, визначено подальші напрями дослідження в частині застосування європейських правил транскордонного переміщення товарів, обміну митною інформацією між учасниками під час імпорту товарів, скасування митних платежів та застосування пільг під час імпорту товарів в умовах воєнного стану в Україні.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Єгорова Ю. Імпорт (ввезення) пального на територію України під час воєнного стану: які особливості? *Дебет-Кредит*, № 21 від 23.05.2022 р.
2. Карпова Влада. Імпорт в умовах військового стану: що дозволено? *Професійний бухгалтер*, 2022 р. URL: <https://ibuhgalter.net/articles/1014>.
3. Карпова В. ЗЕД-операції в умовах військового стану: терміни розрахунків. *Професійний бухгалтер*, 29 квітня, 2022 р. URL: <https://ibuhgalter.net/articles/995>.
4. Оніщенко В. Імпорт товарів: бухгалтерський облік 2022. *Головбух*, 8 червня 2022 р. URL: <https://www.golovbukh.ua/article/7415-mport-tovarv-provodki>.
5. Русанова Г. Курсові різниці під час війни. *Дебет-Кредит*, № 25 від 20.06.2022 р.
6. Чирикова Ю. Л., Ткачук Б. М. Особливості оподаткування зовнішньоекономічних операцій під час воєнного стану в Україні. *Економіка та суспільство*. Випуск 40. 2022. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1517/1459>.
7. Безверхий К. В., Юрченко О. А. Спеціальний режим оподаткування для суб'єктів господарювання під час війни: нові правила обліку та звітування. *Інтернаука*, 2022. URL: <http://194.44.12.92:8080/jsrui/handle/123456789/6234>.
8. Зоріна О. А. Оподаткування імпорту під час війни: бути чи не бути? Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Міжнародні економічні відносини. Сталий розвиток України в умовах глобалізації та європейської економічної інтеграції: проблеми, перспективи, ефективність. Фенікс-2022». 2022. С 107–108. URL: [http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/57285/1/Conference\\_NTU\\_KhPI\\_2022\\_Mizhnarodni\\_ekonomichni\\_vidnosyny.pdf#page=107](http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/57285/1/Conference_NTU_KhPI_2022_Mizhnarodni_ekonomichni_vidnosyny.pdf#page=107).
9. Стояненко І. В., Грабовська Н. В. Особливості оподаткування бізнесу в Україні в умовах воєнного стану. *International scientific and practical conference «Advancing in research, practice and education»*. 2022. С. 200–203. URL: <https://cutt.ly/nZPoFC4>.
10. Стояненко І. В., Урсатій А. Е. Війна в Україні: наслідки для національної економіки та світу. *International scientific and practical conference «Advancing in research, practice and education»*. 2022. С. 171–177. URL: <https://cutt.ly/TZPogIO>.
11. Микуляк О. В. Митні відносини України та світу в умовах війни. *Грааль науки*. № 17, 2022. С.109-114. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/grail-of-science/issue/view/22.07.2022/765>.
12. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 р. № 959-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.
13. Податковий кодекс України від 02.12. 2010 р. № 2755. ІV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
14. Митний кодекс України від 13.03.2012р. № 4495-VI. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>.

15. Про заборону ввезення на митну територію України товарів, що походять з Російської Федерації: Постанова КМУ № 1147 в ред. Постанови від 30.12.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1147-2015-%D0%BF#>.
16. Ус І. Н., Гавриленко Н. Вплив війни на зовнішню торгівлю України (за підсумками першого півріччя 2022 р. Національний інститут стратегічних досліджень, [https://niss.gov.ua/sites/default/files/2022-08/\\_us-gavrilenko-tablici\\_merged\\_0.pdf](https://niss.gov.ua/sites/default/files/2022-08/_us-gavrilenko-tablici_merged_0.pdf).
17. Про окремі питання щодо забезпечення здійснення імпорту: Постанова Кабінету міністрів України від 24.02.2022 р. № 153. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/153-2022-%D0%BF#>
18. Про введення воєнного стану в Україні: Указ Президента України від 24.02.2022 р. №64/2022. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397>.
19. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо перегляду окремих пільг з оподаткування: Закон України від 21.06.2022 р. № 2325-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2325-IX#>.
20. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо особливостей оподаткування та подання звітності у період дії воєнного стану: Закон України від 03.03.2022 р. № 2118 – IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2118-20#top>.
21. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо особливостей податкового адміністрування податків, зборів та єдиного внеску під час дії воєнного, надзвичайного стану: Закон України від 12.05.2022 р. № 2260-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2260-20#>.
22. Про затвердження переліку категорій товарів, що визнаються гуманітарною допомогою без здійснення процедури визнання таких товарів гуманітарною допомогою у кожному конкретному випадку, на період воєнного стану та внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України з питань гуманітарної допомоги: Постанова КМУ від 07.03.2022 № 224. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/224-2022-%D0%BF#>.
23. Деякі питання пропуску гуманітарної допомоги через митний кордон України в умовах воєнного стану: Постанова КМУ від 01.03.2022 № 174. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/174-2022-%D0%BF#>.
24. Про приєднання України до Конвенції про спрощення формальностей у торгівлі товарами: Закон України від 30.08.2022 № 2554-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2554-20#>
25. Про приєднання України до Конвенції про процедуру спільного транзиту: Закон України від 30.08.2022 № 2555-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2555-20#Text>.
26. Про внесення змін до Митного кодексу України та інших законів України щодо деяких питань виконання глави 5 розділу IV Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони: Закон України від 15.08.2022 № 2510-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2510-20#Text>.
27. Як отримати «митний безвіз» під час війни – український досвід. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/minfin-iak-otrymaty-mytnyi-bezviz-pid-chas-viiny-ukrainskyi-dosvid>.
28. Офіційний сайт ДПС України: URL: <https://tax.gov.ua/media-tsentr/novini/576602.html>.
29. Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану: Постанова Правління Національного банку України від 24.02.2022 р. № 18. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0018500-22#top>.

30. Про затвердження Інструкції про порядок валютного нагляду банків за дотриманням резидентами граничних строків розрахунків за операціями з експорту та імпорту товарів: Постанова Правління Національного банку України від 02.01.2019 № 7. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0007500-19#>.
31. Про затвердження Положення про заходи захисту та визначення порядку здійснення окремих операцій в іноземній валюті: Постанова Правління Національного банку України від 02.01.2019 № 5. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0005500-19#>.

## REFERENCES

1. Jegorova, Ju. (2022). Import (vvezennja) pal'nogo na terytoriju Ukrai'ny pid chas vojenного стану: jaki osoblyvosti? [Import of fuel into the territory of Ukraine during martial law: what are the features?] *Debet-Kredyt – Debit-Credit*, 21 [in Ukrainian].
2. Karpova, V. (2022). Import v umovah vijs'kovого стану: shho dozvoleno? [Import v umovah vijs'kovого стану: shho dozvoleno?] *Profesijnyj buhgalter – Profesijnyj buhgalter*. <https://ibuhgalter.net/articles/1014> [in Ukrainian].
3. Karpova, V. (2022). ZED-operacii' v umovah vijs'kovого стану: terminy rozrahunkiv [Foreign exchange operations under martial law: settlement terms]. *Profesijnyj buhgalter – Professional accountant*. <https://ibuhgalter.net/articles/995> [in Ukrainian].
4. Onishhenko, V. (2022). Import tovariv: buhgalters'kyj oblik 2022 [Import of goods: accounting 2022]. *Golovbuh – Golovbuh*. <https://www.golovbukh.ua/article/7415-mport-tovarv-provodki> [in Ukrainian].
5. Rusanova, G. (2022). Kursovi riznyci pid chas vijny [Exchange rate differences during the war]. *Debet-Kredyt – Debit-Credit*, 25 [in Ukrainian].
6. Chyrykova, Ju. L., & Tkachuk, B. M. (2022). Osoblyvosti opodatkuвання zovnishn'oekonomichnyh operacij pid chas vojenного стану v Ukrai'ni [Peculiarities of taxation of foreign economic transactions during martial law in Ukraine]. *Ekonomika ta suspil'stvo – Economy and society*, (Issue 40). <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1517/1459> [in Ukrainian].
7. Bezverhyj, K. V., & Jurchenko, O. A. (2022). Special'nyj rezhym opodatkuвання dlja sub'ektiv gospodarjuвання pid chas vijny: novi pravyla obliku ta zvituvannya [Special taxation regime for economic entities during the war: new accounting and reporting rules]. *Internauka – Internauka*. <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/6234> [in Ukrainian].
8. Zorina, O. A. (2022). Opodatkuвання importu pid chas vijny: buty chy ne buty? Materialy Mizhnarodnoi' naukovo-praktychnoi' konferencii' «Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny. Stalyj rozvytok Ukrai'ny v umovah globalizacii' ta jevropejs'koi' ekonomichnoi' integracii': problemy, perspektyvy, efektyvnist' [Import Taxation in wartime: to be or not to be? Materials of the International Scientific and Practical Conference «International Economic Relations». Sustainable development of Ukraine in conditions of globalization and European economic integration: problems, prospects, efficiency Feniks-2022 – Phoenix-2022, (pp. 107–108). [http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/57285/1/Conference\\_NTU\\_KhPI\\_2022\\_Mizhnarodni\\_ekonomichni\\_vidnosyny.pdf#page=107](http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/57285/1/Conference_NTU_KhPI_2022_Mizhnarodni_ekonomichni_vidnosyny.pdf#page=107) [in Ukrainian].
9. Stojanenko, I. V., & Grabovs'ka, N. V. (2022). Osoblyvosti opodatkuвання biznesu v Ukrai'ni v umovah vojenного стану [Peculiarities of business taxation in Ukraine under martial law]. *International scientific and practical conference «Advancing in research, practice and education»*, (pp. 200-203). <https://cutt.ly/nZPoFC4> [in Ukrainian].
10. Stojanenko, I. V., & Ursatij, A. E. (2022). Vijna v Ukrai'ni: naslidky dlja nacional'noi' ekonomiky ta svitu [The war in Ukraine: consequences for the national .....

- economy and the world]. *International scientific and practical conference «Advancing in research, practice and education»*, (pp. 171-177). <https://cutt.ly/TZPogIO> [in Ukrainian].
11. Mykuljak, O. V. (2022). Mytni vidnosyny Ukrainy ta svitu v umovah vijny [Customs relations of Ukraine and the world in the conditions of war]. *Graal' nauky – The grail of science*, 17, 109-114. <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/grail-of-science/issue/view/22.07.2022/765> [in Ukrainian].
  12. Pro zovnishn'oekonomichnu dijial'nist': Zakon Ukrainy vid 16.04.1991 r. № 959-XII [On foreign economic activity: Law of Ukraine dated April 16, 1991 № 959-XII]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12> [in Ukrainian].
  13. Podatkovyj kodeks Ukrainy vid 02.12. 2010 r. № 2755. IV [On foreign economic activity: Law of Ukraine dated April 16, 1991 № 959-XII]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> [in Ukrainian].
  14. Mytnyj kodeks Ukrainy vid 13.03.2012 r. № 4495-VI [Customs Code of Ukraine dated March 13, 2012 № 4495-VI]. <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4495-17> [in Ukrainian].
  15. Pro zaboronu vvezennja na mytnu terytoriju Ukrainy tovariv, shho pohodjat' z Rosijs'koi' Federacii': Postanova KМУ № 1147 v red. Postanovy vid 30.12.2021 [On the prohibition of importation into the customs territory of Ukraine of goods originating from the Russian Federation: Resolution of the CMU № 1147 in the ed. of Resolution of 30.12.2021]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1147-2015-%D0%BF#> [in Ukrainian].
  16. Us, I. N., & Gavrylenko, N. Vplyv vijny na zovnishnju torgivlju Ukrainy (za pidsumkamy pershogo pivrichchja 2022 r. [The impact of the war on foreign trade of Ukraine (according to the results of the first half of 2022)] *Nacional'nyj instytut strategichnyh doslidzen' National Institute of Strategic Studies*. [https://niss.gov.ua/sites/default/files/2022-08/\\_us-gavrylenko-tablici\\_merged\\_0.pdf](https://niss.gov.ua/sites/default/files/2022-08/_us-gavrylenko-tablici_merged_0.pdf) [in Ukrainian].
  17. Pro okremi pytannja shhodo zabezpechennja zdijsnennja importu: Postanova Kabinetu ministriv Ukrainy vid 24.02.2022 p. № 153 [On certain issues regarding ensuring the implementation of imports: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated February 24, 2022 № 153]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/153-2022-%D0%BF#> [in Ukrainian].
  18. Pro vvedennja vojenного станu v Ukraini: Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 24.02.2022 p. №64/2022 [On the introduction of martial law in Ukraine: Decree of the President of Ukraine dated February 24, 2022 №64/2022]. <https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397> [in Ukrainian].
  19. Pro vnesennja zmin do Podatkovogo kodeksu Ukrainy ta inshyh zakonodavchyh aktiv Ukrainy shhodo peregljadu okremyh pil'g z opodatkuвання: Zakon Ukrainy vid 21.06.2022 r. № 2325-IX [On amendments to the Tax Code of Ukraine and other legislative acts of Ukraine regarding the revision of certain tax benefits: Law of Ukraine dated June 21, 2022 № 2325-IX]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2325-IX#> [in Ukrainian].
  20. Pro vnesennja zmin do Podatkovogo kodeksu Ukrainy ta inshyh zakonodavchyh aktiv Ukrainy shhodo osoblyvostej opodatkuвання ta podannja zvitnosti u period dii' vojenного станu: Zakon Ukrainy vid 03.03.2022 r. № 2118 – IX [On amendments to the Tax Code of Ukraine and other legislative acts of Ukraine regarding the peculiarities of taxation and reporting during the period of martial law: Law of Ukraine dated 03.03.2022 № 2118 – IX] <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2118-20#top> [in Ukrainian].

21. Pro vnesennja zmin do Podatkovogo kodeksu Ukrai'ny ta inshyh zakoniv Ukrai'ny shhodo osoblyvostej podatkovogo administruvannja podatkiv, zboriv ta jedynogo vnesku pid chas dii' vojnogo, nadzvychajnoho stanu: Zakon Ukrai'ny vid 12.05.2022 r. № 2260-IX [On amendments to the Tax Code of Ukraine and other laws of Ukraine regarding the peculiarities of the tax administration of taxes, fees and a single contribution during the state of martial law and state of emergency: Law of Ukraine dated May 12, 2022 № 2260-IX]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2260-20#> [in Ukrainian].
22. Pro zatverdzhennja pereliku kategorij tovariv, shho vyznajut'sja gumanitarnuju dopomoguju bez zdijsnennja procedury vyznannja takyh tovariv gumanitarnuju dopomoguju u kozhnomu konkretnomu vypadku, na period vojnogo stanu ta vnesennja zmin do dejakyh postanov Kabinetu Ministriv Ukrai'ny z pytan' gumanitarnoi' dopomogy: Postanova KMU vid 07.03.2022 № 224 [On approving the list of categories of goods recognized as humanitarian aid without carrying out the procedure for recognizing such goods as humanitarian aid in each specific case, for the period of martial law and introducing changes to some resolutions of the Cabinet of Ministers of Ukraine on humanitarian aid: Resolution of the CMU dated 07.03.2022 № 224] <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/224-2022-%D0%BF#> [in Ukrainian].
23. Dejaki pytannja propusku gumanitarnoi' dopomogy cherez mytnyj kordon Ukrai'ny v umovah vojnogo stanu: Postanova KMU vid 01.03.2022 № 174 [Some issues of the passage of humanitarian aid through the customs border of Ukraine under martial law: Resolution of the CMU dated 01.03.2022 № 174]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/174-2022-%D0%BF#> [in Ukrainian].
24. Pro pryjednannja Ukrai'ny do Konvencii' pro sproshhennja formal'nostej u torgivli tovaramy: Zakon Ukrai'ny vid 30.08.2022 № 2554-IX [On the accession of Ukraine to the Convention on the Simplification of Formalities in Trade in Goods: Law of Ukraine dated August 30, 2022 № 2554-IX]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2554-20#> [in Ukrainian].
25. Pro pryjednannja Ukrai'ny do Konvencii' pro proceduru spil'nogo tranzytu: Zakon Ukrai'ny vid 30.08.2022 № 2555-IX [On the accession of Ukraine to the Convention on the common transit procedure: Law of Ukraine dated 08/30/2022 № 2555-IX]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2555-20#Text> [in Ukrainian].
26. Pro vnesennja zmin do Mytnogo kodeksu Ukrai'ny ta inshyh zakoniv Ukrai'ny shhodo dejakyh pytan' vykonannja glavy 5 rozdil IV Ugody pro asociaciju mizh Ukrai'noju, z odnijej' storony, ta Jevropejs'kym Sojuzom, Jevropejs'kym spivtovarystvom z atomnoi' energii' i i'hnimy derzhavamy-chlenamy, z inshoi' storony: Zakon Ukrai'ny vid 15.08.2022 № 2510-IX [On amendments to the Customs Code of Ukraine and other laws of Ukraine regarding certain issues of implementation of Chapter 5 of Section IV of the Association Agreement between Ukraine, on the one hand, and the European Union, the European Atomic Energy Community and their member states, on the other hand: Law of Ukraine from 15.08.2022 № 2510-IX]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2510-20#Text> [in Ukrainian].
27. *Jak otrymaty «mytnyj bezviz» pid chas vijny – ukrai'ns'kyj dosvid* [How to get a «customs visa exemption» during the war – Ukrainian experience.] <https://www.kmu.gov.ua/news/minfin-iaak-otrymaty-mytnyi-bezviz-pid-chas-viiny-ukrainskyi-dosvid> [in Ukrainian].
28. Oficijnyj sajt DPS Ukrai'ny [Official website of the STS of Ukraine]. <https://tax.gov.ua/media-tsentr/novini/576602.html> [in Ukrainian].
29. Pro robotu bankivs'koi' systemy v period zaprovadzhennja vojnogo stanu: Postanova Pravlinnja Nacional'nogo banku Ukrai'ny vid 24.02.2022 r. № 18. [On the

- operation of the banking system during the introduction of martial law: Resolution of the Board of the National Bank of Ukraine dated February 24, 2022 № 18]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0018500-22#top> [in Ukrainian].
30. Pro zatverdzhennja Instrukcii' pro porjadok valjutnogo nagljadu bankiv za dotrymannjam rezydentamy granychnyh strokiv rozrahunkiv za operacijamy z eksportu ta importu tovariv: Postanova Pravlinnja Nacional'nogo banku Ukrai'ny vid 02.01.2019 № 7 [On the approval of the Instruction on the procedure for currency supervision of banks on compliance by residents with settlement deadlines for operations on export and import of goods: Resolution of the Board of the National Bank of Ukraine dated January 2, 2019 № 7]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0007500-19#> [in Ukrainian].
31. Pro zatverdzhennja Polozhennja pro zahody zahystu ta vyznachennja porjadku zdijsnennja okremyh operacij v inozemnij valjuti: Postanova Pravlinnja Nacional'nogo banku Ukrai'ny vid 02.01.2019 № 5 [On the approval of the Regulation on protection measures and determining the procedure for carrying out certain transactions in foreign currency: Resolution of the Board of the National Bank of Ukraine dated January 2, 2019 № 5]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0005500-19#> [in Ukrainian].

*Надійшла до редакції 14.09.2022.*

*Прийнято до друку 27.09.2022.*

*Публікація онлайн 23.12.2022.*



---

---

# ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР

---

---

Chubaievskiy V. Svitova praktyka upravlinnja podijamy informacijnoi' bezpeky korporacij. *Zovnishnja torghivlja: ekonomika, finansy, pravo*. 2022. № 6. S. 73-82. Serija. Ekonomichni nauky. [https://doi.org/10.31617/3.2022\(125\)05](https://doi.org/10.31617/3.2022(125)05)

УДК 339.9:004.056]:005.34

**ЧУБАЄВСЬКИЙ Віталій,**

к. політ. н., доцент, доцент кафедри інженерії, програмного забезпечення та кібербезпеки  
Державного торговельно-економічного  
університету

вул. *Kyoto*, 19, м. Київ, 02156, Україна

ORCID: 0000-0001-8078-2652

[chubaievskiy\\_vi@knute.edu.ua](mailto:chubaievskiy_vi@knute.edu.ua)

DOI: 10.31617/3.2022(125)05

**CHUBAIEVSKYI Vitaliy,**

PhD (Politics), Associate Professor  
Associate Professor of the Engineering  
Department of software and cyber security  
State University of Trade and Economics

19, *Kyoto St.*, Kyiv, 02156, Ukraine

ORCID: 0000-0001-8078-2652

[chubaievskiy\\_vi@knute.edu.ua](mailto:chubaievskiy_vi@knute.edu.ua)

## СВІТОВА ПРАКТИКА УПРАВЛІННЯ ПОДІЯМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ КОРПОРАЦІЙ

**Вступ.** Накопичені у сфері захисту інформації досвід, та нові вимоги щодо побудови політики інформаційної безпеки компанії дали змогу виробити досить ефективні рекомендації щодо побудови системи управління інформаційною безпекою.

**Проблема.** Центральним процесом у системі управління інформаційною безпекою корпорацій є процес «Управління подіями». Тільки компетентна організація цього процесу може забезпечити належний рівень усієї послідовності етапів ефективного функціонування системи захисту корпоративної інформації, що охоплює всі дії протягом усього життєвого циклу події інформаційної безпеки; від планування, навчання та підвищення обізнаності до виявлення, реагування та навчання на подіях інформаційної безпеки.

**Метою** статті є теоретико-методичне обґрунтування доцільності запровадження процесу Управління подіями інформаційної безпеки в контексті аналізу світової практики системи захисту корпоративної інформації.

**Методи.** У ході дослідження використано методи системного підходу, теоретичне узагальнення та порівняння, аналіз і синтез. Інформаційною базою є власні дослідження автора, міжнародні стандарти інформаційної безпеки серії ISO/IEC 2700x, публікації в наукових виданнях та інтернет-ресурси.

## GLOBAL PRACTICE OF CORPORATE INFORMATION SECURITY EVENTS MANAGEMENT

**Introduction.** The accumulated experience in the field of information protection, as well as new requirements for the construction of the information security policy of companies allowed to develop quite effective recommendations for the construction of the information security management system.

**Problem.** The central process in the information security management system of corporations is the «Event Management» process. Only a competent organization of this process can ensure the proper level of the entire sequence of stages of the effective functioning of the corporate information protection system, covering all actions during the entire life cycle of an information security event; from planning, training and raising awareness to detection, response and training at information security events.

**The aim** of the article is theoretical and methodological substantiation of the expediency of introducing the Information Security Event Management process in the context of the analysis of the global practice of the corporate information protection system.

**Methods.** The following methods were used in the course of research: the methods of the system approach, theoretical generalization and comparison, analysis and synthesis. The information base is the author's own research, international standards of information security of the ISO/IEC 2700x series, publications in scientific editions and Internet resources.

---

© Чубаєвський В., 2022

Дослідження виконано у рамках держбюджетної теми: «Цифрова трансформація торговельно-економічної та туристичної систем України» (номер державної реєстрації 0121U112231).

**Результати.** У рамках дослідження проаналізовано два найефективніші варіанти (США та Європа) організації процесу Управління подіями. Проведений аналіз дав змогу виявити особливості організації кожного процесу, його переваги та недоліки, довів необхідність формування комплексного підходу до організації процесів.

Обґрунтовано, що комплексний підхід до організації процесу Управління подіями має враховувати взаємопов'язаність з іншими процесами управління та бути гармонізований з міжнародними стандартами інформаційної безпеки.

Впровадження цього алгоритму дає змогу мінімізувати потенційні ризики, пов'язані з можливими втратами інформаційних ресурсів корпорації. А отже, й мінімізує потенційну економічну шкоду, що викликано недотриманням політики інформаційної безпеки корпорації.

**Висновки.** Проведені дослідження дають можливість на практиці заповнити потенційні прогалини інформації під час створення системи управління інформаційною безпекою корпорації. Додатковою перевагою запропонованого рішення є можливість задіяння цього підпроцесу як незалежного, що спрощує процедуру управління інформаційною безпекою корпорації загалом і сприяє зниженню витрати на її побудову.

**Ключові слова:** інформаційна безпека, інциденти інформаційної безпеки, міжнародні стандарти інформаційної безпеки, система управління інформаційною безпекою, управління подіями інформаційної безпеки.

JEL Classification: M11, D29, G34.

**Конфлікт інтересів:** Автор заявляє, що він не має фінансових чи нефінансових конфліктів інтересів щодо цієї публікації; не має відносин з державними органами, комерційними або некомерційними організаціями, які могли б бути зацікавлені у поданні цієї точки зору. З огляду на те, що автор працює в установі, яка є видавцем журналу, що може зумовити потенційний конфлікт або підозру в упередженості, остаточне рішення про публікацію цієї статті (включно з вибором рецензентів і редакторів) приймалося тими членами редколегії, які не пов'язані з цією установою.

**Вступ.** Від появи спочатку інформаційних систем, а потім корпоративних інформаційних системи проблема захисту інформації в них не втрачає актуальності. Свідченням цього є масштабні кібернетичні атаки, що прокотилися Україною та світом за останній рік [1; 2].

Накопичений у сфері захисту інформації досвід, а також нові вимоги щодо побудови політики інформаційної безпеки компаній дали змогу виробити досить ефективні рекомендації щодо побудови системи управління інформаційною безпекою. Причому сьогодні система управління інформаційною безпекою (СУІБ) інтегрує окремі, часто розрізнені заходи, спрямовані на забезпечення захисту інформації та інформаційної безпеки (ІБ) компанії. Ландшафт наявних загроз досить складний з великою різноманітністю зловмисників. Попри те, що організації реалізують заходи політики інформаційної безпеки та впроваджують

**Results.** Within the framework of this study, the two most effective options (USA and Europe) for the organization of the Event Management process were analyzed. The conducted analysis made it possible to identify the peculiarities of the organization of each process, its advantages and disadvantages, proved the need for the formation of a comprehensive approach to the organization of processes.

It is justified that a comprehensive approach to the organization of the Event Management process should take into account the interconnection with other management processes and be harmonized with international information security standards.

The implementation of this algorithm makes it possible to minimize the potential risks associated with the possible loss of information resources of the corporation. And, therefore, minimizes the potential economic damage caused by non-compliance with the corporation's information security policy.

**Conclusions.** The conducted research makes it possible to practically fill potential information gaps when creating a system for managing information security of corporations. An additional advantage of the proposed solution is the possibility of using this sub-process as an independent one, which simplifies the procedure of managing information security of the corporation as a whole and contributes to reducing the cost of its construction.

**Keywords:** informational security; information security incidents; international information security standards; information security management system; management of information security events.

комплексні інструменти перманентного моніторингу і контролю, час від часу виникають нові вразливості та інциденти ІБ. Відтак організаціям потрібні плани та процедури для вирішення інцидентів інформаційної безпеки. Наявність в організації можливостей реагування на інциденти ІБ може допомогти їм швидко їх виявити, мінімізувати втрати та руйнування.

**Проблема.** Центральним процесом у СУІБ корпорацій є процес «Управління подіями». Тільки компетентна організація цього процесу може забезпечити належний рівень усієї послідовності етапів ефективного функціонування системи захисту корпоративної інформації, що охоплює всі дії протягом усього життєвого циклу події інформаційної безпеки – від планування, навчання та підвищення обізнаності до виявлення, реагування та навчання на подіях ІБ. Отже, сьогодні у корпорацій виникає об'єктивна необхідність розробки ефективної системи управління подіями їхньої інформаційної безпеки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням побудови ефективної СУІБ компанії присвячено чимало досліджень. Однак варто зауважити, що низка вітчизняних і закордонних авторів, зокрема В. Хох, Е. Мелешко, О. Смірнов, А. Габріель, Т. Хоппе, А. Паства, С. Сова, С. Бхат, Р. Манадхата та інші [3–7] по-різному трактують термін «подія» у СУІБ. Таке «різночитання» створює складнощі у роботі аналітиків інформаційної безпеки корпорацій, передусім на рівні термінології. Крім того, у працях зазначених авторів не враховано те, що в ході реалізації процесів, пов'язаних з управлінням подіями, аналітика або аудитора ІБ спочатку цікавить факт запису про подію, що відбулася. Такий запис може бути фіксований в системі збору даних служби ІБ корпорації. Додатково фіксуються пов'язані події та стани системи захисту корпоративної інформації, наприклад, може йтися про підвищені рівні завантаження процесорів (або ядер) серверів, нетипові встановлені мережеві з'єднання [8] тощо. Наведені приклади також є подіями. Однак здебільшого дослідження з управління ІБ [8–12] подібним подіям не приділяють належної уваги.

Проте звужувати визначення «події», коли йдеться про забезпечення інформаційної безпеки корпорації, недоцільно – це може спричинити фактичне дублювання подій та активностей, що своєю чергою породжує неефективне використання ресурсів сторін захисту корпоративної інформаційної системи. І що найважливіше, може призвести до ситуації, коли важливі події в контексті ІБ можуть бути втрачені з поля зору аналітика системи захисту корпоративної інформації. Система управління подіями інформаційної безпеки корпорацій стає центральною платформою сучасних операційних центрів захисту корпоративної інформації, корелює ці події та надає синтетичні

перегляди сповіщень для обробки загроз і звітування про стан інформаційної безпеки.

**Метою** дослідження є теоретико-методичне обґрунтування доцільності запровадження процесу «Управління подіями» інформаційної безпеки в контексті аналізу світової практики системи захисту корпоративної інформації.

**Методи.** Для досягнення поставленої мети використано методи системного підходу, теоретичного узагальнення та порівняння, аналізу й синтезу. Інформаційною базою є власні дослідження автора, міжнародні стандарти інформаційної безпеки серії *ISO/IEC 2700x*, публікації в наукових виданнях та інтернет-ресурси.

**Результати дослідження.** У міру інтеграції України та її суб'єктів господарської діяльності до глобального міжнародного ринку українські компанії як методологічну основу побудови СУІБ застосовують стандарти серії *ISO/IEC 2700x* [13; 14].

Проте в низці випадків таке формування системи захисту корпоративної інформації на основі *ISO/IEC 2700x* не враховує особливостей Управління подіями у вітчизняних компаніях, оскільки міжнародна практика побудови СУІБ компаній насамперед спирається на процес Управління інцидентами. Утім багато фахівців в області ІБ компаній вважають, що Управління подіями є менш значущим фактором. Попри те, що пріоритет за побудови ефективної СУІБ відданий винятково Управлінню інцидентами, можна не зважати на цю обставину. Але лише процес Управління інцидентами не може втілити ефективний проактивний підхід у рамках надання *IT*-послуг та системи захисту корпоративної інформації, відтак не забезпечує максимально високого рівня інформаційної безпеки компанії.

Обмежена увага до впровадження процесу Управління інцидентами у компаніях найчастіше є наслідком відсутності стандартизованої та загально визнаної методології. Причому ця методологія має бути адаптована до корпоративної політики інформаційної безпеки. Складності вирішення цього завдання обумовлені насамперед тими обсягами та трудомісткістю підготовчих робіт, яку варто провести аналітикам ІБ компанії. Причому чим більший масштаб компанії, тим більше параметрів необхідно врахувати. Параметри, що враховуються, можуть стосуватися як організаційного, так і технічного рівнів інформаційної системи або корпоративної інформаційної системи.

У рамках цього дослідження проаналізовано та детально порівняно два найефективніші варіанти організації процесу Управління подіями: стандарт *NIST SP (The National Institute of Standards and Technology, США) 800-92* та методологія *ITIL (Information Technology Infrastructure Library, EC)* [10].

У стандарті *NIST SP 800-92* регулюються питання управління логами (*Log Management*). У цьому документі лог (*Log*) сприймається як запис, відповідний певній події у системі. Під системою розуміється, наприклад, корпоративна інформаційна система чи мережа компанії. За своїми цілями у контексті трактування про опис лога можна говорити як про опис Управління подією. Своєю чергою у методології *ITIL* аналізується комплекс процесів СУІБ. Зокрема розглянуто й питання Управління подіями [10].

У таблиці наведено детальне порівняння даних документів та визнаних світових практик з виділенням їх сильних і слабких сторін.

Таблиця

**Світові практики організації процесу Управління подіями в системі управління інформаційною безпекою**

Нормативний документ	Область дії	Ключові переваги та особливості	Недоліки
Стандарт <i>NIST SP 800-92</i>	Федеральні агенції США	Виділення пріоритетних логів; встановлення політиками та процедурами управління логами; створення та підтримання захищених інфраструктур управління логами; проведення заходів, пов'язаних із навчанням персоналу; моніторинг статусу ведення подій стосовно всіх джерел подій; моніторинг ротачії подій; ведення архіву; контроль життєвого циклу системи обліку логів; забезпечення синхронізації подій; гнучке налаштування процедур фіксації логів; документування та складання звітності	Непослідовність під час викладу процесних аспектів
Методологія <i>ITIL</i>	Будь-які компанії чи організації	Визначення ключових активностей процесу Управління подіями; реєстрація подій; запис подій	Не враховано: практичні аспекти реалізації сучасних <i>IT</i> -інфраструктур компаній; особливості корпоративних інформаційних систем та контекст обробки подій, особливо в рамках життєвого циклу корпорацій

Джерело: складено автором за [5; 7; 9; 11].

За результатами аналізу провідних світових стандартів, методик, теоретичних та практичних досліджень [5; 7; 9; 11] можна зробити висновок, що такі документи не мають структурованого опису процесу Управління подіями, яке апіорі містить принципи безперервного вдосконалення у послідовності: планування (*Plan*) – реалізація (*Do*) – перевірка (*Check*) – дія (*Act*) [4; 5]. Крім того, здебільшого у розглянутих теоретичних працях не враховано найважливіші аспекти реалізації сучасних ІТ-інфраструктур компаній, особливості сучасних бізнес-процесів та обробки подій, що реалізуються у межах їхнього життєвого циклу.

Відтак потрібно сформулювати комплексний підхід до організації процесів Управління подіями. Цей комплексний підхід повинен враховувати взаємопов'язаність з іншими процесами управління. Крім того, він має бути гармонізований зі стандартами *ISO/IEC 2700x*.

Удосконалення процесів управління ІБ передбачає необхідність урахування всієї сукупності принципів управління. Очевидно, що ці принципи беруть до уваги й особливості таких об'єктів: «інформаційна безпека»; «необхідність запобігання інцидентам»; «необхідність ослаблення інцидентів».

За традиційним підходом проблема підвищення рівня інформаційної безпеки компанії вирішується шляхом збільшення витрат на систему захисту корпоративної інформації. Це здебільшого сприяє зниженню рівня ризиків, пов'язаних з втратою інформації. Такий підхід, з погляду математичного моделювання процесів забезпечення корпоративної ІБ, базується на пошуку та обґрунтуванні оптимальних значень показників ризику втрати інформації, а також на пошуку відповідних значень мінімальних витрат на побудову ефективної системи ІБ компанії.

Якщо виходити з припущення, що підхід до побудови системи управління інформаційною безпекою має бути системним, то в сучасних реаліях (зміна ландшафту кібернетичних загроз, збільшення складності сценаріїв кібернетичних атак) акцент варто робити на адаптивності та інваріантності способів реалізації інфраструктурних рішень ІБ компанії.

Впровадження інформаційних технологій у процесі управління ІБ і зокрема в організацію процесів Управління подіями інформаційної безпеки компаній сприяє недопущенню потенційно можливих втрат. Попри наукової праці [2; 5; 7; 8; 10; 14] у рамках побудови СУІБ компанії запропоновано доповнення до способу організації процесу Управління подіями (рисунки).



**Алгоритм адаптивного процесу  
Управління подіями інформаційної безпеки корпорацій**

*Джерело:* доповнено автором за [2; 5; 7; 8; 10; 14].

На відміну від наявної практики запропоновані доповнення дають змогу враховувати, що: не всі події реєструються; не всі ті події, які зареєстровані, відправляються на обробку до системи класу *SIEM* (*Security information and event management*) [6] або *SIP* (*Security event management*) [13]; обробка подій може породжувати нові події.

Запропонований на *рисунку* алгоритм адаптивного процесу Управління подіями дає можливість врахувати особливості, пов'язані з: визначенням політики Управління подіями для корпоративних інформаційних систем; забезпеченням інфраструктурних рішень щодо Управління подіями; обробкою подій у межах їхнього життєвого циклу; контролем інфраструктурних рішень щодо Управління подіями; контролем політики Управління подіями; у разі потреби – з корекцією інфраструктурних рішень щодо Управління подіями.

Доречно зауважити, що підпроцес «Обробка та аналіз подій інформаційної безпеки в рамках їх життєвого циклу (наприклад, для

корпоративних інформаційних систем)» на підставі аналізу подій ІБ дає змогу мінімізувати потенційні ризики, пов'язані з можливими втратами інформаційних ресурсів корпорації, отже, мінімізує потенційну економічну шкоду за умови недотримання політики інформаційної безпеки корпорації.

**Висновки.** За підсумками аналізу світової практики управління корпоративною інформаційною безпекою запропоновано алгоритм реалізації адаптивного процесу Управління подіями інформаційної безпеки корпорацій. На відміну від наявних рішень, цей алгоритм має підпроцес «Обробка подій», який дає змогу здійснювати комплексну деталізацію процесу управління подіями інформаційної безпеки корпорацій та врахувати їх життєвий цикл. Проведені дослідження дають змогу на практиці заповнити потенційні прогалини інформації за створення СУІБ корпорацій. Додатковою перевагою запропонованого рішення є можливість задіяння цього підпроцесу як незалежного, що спрощує процедуру управління інформаційною безпекою корпорації загалом та сприяє зниженню витрати на її побудову.

З огляду на необхідність визначення економічної ефективності політики управління ІБ компанії, у подальших дослідженнях доцільно детальніше зупинитися на алгоритмізації підпроцесу «Обробка та аналіз подій ІБ в рамках їх життєвого циклу». Саме цей підпроцес дасть змогу здійснювати постійний моніторинг досягнення цілей і завдань функціонування системи інформаційної безпеки та визначення напрямів необхідних змін.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. White, G. (2021). Generation Z: Cyber-Attack Awareness Training Effectiveness. *Journal of Computer Information Systems*, 1-12.
2. Lallie, H. S., Shepherd, L. A., Nurse, J. R., Erola, A., Epiphaniou, G., Maple, C., & Bellekens, X. (2021). Cyber security in the age of covid-19: A timeline and analysis of cyber-crime and cyber-attacks during the pandemic. *Computers & Security*, 105, 102248.].
3. Хох В. Д., Мелешко Є. В., Смірнов О. А. Дослідження методів аудиту систем управління інформаційною безпекою. *Системи управління, навігації та зв'язку. Збірник наукових праць*, 2017. Вип. 1(41). С. 38-42.
4. Shatnawi, M. M. (2019). Applying Information Security Risk Management Standards Process for Automated Vehicles. *Bánki Közlemények (Banki Reports)*, 2(1), 70-74.
5. Gabriel, R., Hoppe, T., Pastwa, A., & Sowa, S. (2009). Analyzing malware log data to support security information and event management: Some research results. In 2009 First International Conference on Advances in Databases, Knowledge, and Data Applications (pp. 108-113). IEEE.
6. Bhatt, S., Manadhata, P. K., & Zomlot, L. (2014). The operational role of security information and event management systems. *IEEE security & Privacy*, 12(5), 35-41.
7. Kang, K., & Kim, J. (2015). A case study on converged security with event correlation of physical and information security. *International Journal of Security and Its Applications*, 9(9), 77-94.



8. Lopez, M. A., Silva, R. S., Alvarenga, I. D., Rebello, G. A., Sanz, I. J., Lobato, A. G., & Pujolle, G. (2017, October). Collecting and characterizing a real broadband access network traffic dataset. In 2017 1st Cyber Security in Networking Conference (CSNet) (pp. 1-8). IEEE.
9. Siponen, M., & Willison, R. (2009). Information security management standards: Problems and solutions. *Information & management*, 46(5), 267-270.
10. Ključnikov, A., Mura, L., & Sklenár, D. (2019). Information security management in SMEs: factors of success. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(4), 2081.
11. Shatnawi, M. M. (2019). Applying Information Security Risk Management Standards Process for Automated Vehicles. *Bánki Közlemények (Bánki Reports)*, 2(1), 70-74.
12. Renners, L., Heine, F., & Rodosek, G. D. (2017, September). Modeling and learning incident prioritization. In 2017 9th IEEE International Conference on Intelligent Data Acquisition and Advanced Computing Systems: Technology and Applications (IDAACS) (Vol. 1, pp. 398-403). IEEE.
13. Tanadi, Y., Soeprajitno, R. R. W. N., Firmansah, G. L., & El Karima, T. (2021). ISO 27001 Information Security Management System: Effect of Firm Audits in Emerging Blockchain Technology. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 6(2), 198-204.
14. Wu, W., Shi, K., Wu, C. H., & Liu, J. (2021). Research on the Impact of Information Security Certification and Concealment on Financial Performance: Impact of ISO 27001 and Concealment on Performance. *Journal of Global Information Management (JGIM)*, 30(3), 1-16.
15. Ključnikov, A., Mura, L., & Sklenár, D. (2019). Information security management in SMEs: factors of success. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(4), 2081
16. Ko, K., Kim, H. K., Kim, J., Lee, C. Y., Cha, S. G., & Jeong, H. C. (2009, August). Design and Implementation of SIP-aware Security Management System. In *International Workshop on Information Security Applications* (pp. 10-19). Springer, Berlin, Heidelberg.

## REFERENCES

1. White, G. (2021). Generation Z: Cyber-Attack Awareness Training Effectiveness. *Journal of Computer Information Systems*, 1-12 [in English].
2. Lallie, H. S., Shepherd, L. A., Nurse, J. R., Erola, A., Epiphaniou, G., Maple, C., & Bellekens, X. (2021). Cyber security in the age of covid-19: A timeline and analysis of cyber-crime and cyber-attacks during the pandemic. *Computers & Security*, 105, 102248. [in English].
3. Hoh, V. D., Meleshko, Je. V., & Smirnov, O. A. (2017). Doslidzhennja metodiv audytu system upravlinnja informacijnoju bezpekoju [Study of auditing methods of information security management systems]. *Systemy upravlinnja, navigacii' ta zv'jazku. Zbirnyk naukovyh prac' – Control, navigation and communication systems. Collection of scientific works*, (issue 1(41), (pp. 38-42) [in Ukrainian].
4. Shatnawi, M. M. (2019). Applying Information Security Risk Management Standards Process for Automated Vehicles. *Bánki Közlemények (Bánki Reports)*, 2(1), 70-74 [in English].
5. Gabriel, R., Hoppe, T., Pastwa, A., & Sowa, S. (2009). Analyzing malware log data to support security information and event management: Some research results. In 2009 First International Conference on Advances in Databases, Knowledge, and Data Applications (pp. 108-113). IEEE [in English].
6. Bhatt, S., Manadhata, P. K., & Zomlot, L. (2014). The operational role of security information and event management systems. *IEEE security & Privacy*, 12(5), 35-4 [in English].

7. Kang, K., & Kim, J. (2015). A case study on converged security with event correlation of physical and information security. *International Journal of Security and Its Applications*, 9(9), 77-94 [in English].
8. Lopez, M. A., Silva, R. S., Alvarenga, I. D., Rebello, G. A., Sanz, I. J., Lobato, A. G., & Pujolle, G. (2017, October). Collecting and characterizing a real broadband access network traffic dataset. In *2017 1st Cyber Security in Networking Conference (CSNet)* (pp. 1-8). IEEE [in English].
9. Siponen, M., & Willison, R. (2009). Information security management standards: Problems and solutions. *Information & management*, 46(5), 267-270.
10. Ključnikov, A., Mura, L., & Sklenár, D. (2019). Information security management in SMEs: factors of success. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(4), 2081[in English].
11. Shatnawi, M. M. (2019). Applying Information Security Risk Management Standards Process for Automated Vehicles. *Bánki Közlemények (Bánki Reports)*, 2(1), 70-74 [in English].
12. Renners, L., Heine, F., & Rodosek, G. D. (2017, September). Modeling and learning incident prioritization. In *2017 9th IEEE International Conference on Intelligent Data Acquisition and Advanced Computing Systems: Technology and Applications (IDAACS)* (Vol. 1, pp. 398-403). IEEE [in English].
13. Tanadi, Y., Soeprajitno, R. R. W. N., Firmansah, G. L., & El Karima, T. (2021). ISO 27001 Information Security Management System: Effect of Firm Audits in Emerging Blockchain Technology. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 6(2), 198-204 [in English].
14. Wu, W., Shi, K., Wu, C. H., & Liu, J. (2021). Research on the Impact of Information Security Certification and Concealment on Financial Performance: Impact of ISO 27001 and Concealment on Performance. *Journal of Global Information Management (JGIM)*, 30(3), 1-16 [in English].
15. Ključnikov, A., Mura, L., & Sklenár, D. (2019). Information security management in SMEs: factors of success. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(4), 2081 [in English].
16. Ko, K., Kim, H. K., Kim, J., Lee, C. Y., Cha, S. G., & Jeong, H. C. (2009, August). Design and Implementation of SIP-aware Security Management System. In *International Workshop on Information Security Applications* (pp. 10-19). Springer, Berlin, Heidelberg. [in English].

*Надійшла до редакції 31.10.2022.*

*Прийнято до друку 02.11.2022.*

*Публікація онлайн 23.12.2022.*

Krekhivskiy O., Salikhova O. Povojenna modernizacija promyslovosti: vnutrishni ta zovnishni resursy. *Zovnishnja torgivlja: ekonomika, finansy, pravo*. 2022. № 6. S. 83-104. Serija. Ekonomichni nauky. [https://doi.org/10.31617/3.2022\(125\)06](https://doi.org/10.31617/3.2022(125)06)

УДК 355:005.591.6]:330.101

**КРЕХІВСЬКИЙ Олег,**

к. ф.-м. н., старший референт Секретаріату Кабінету Міністрів України

вул. М. Грушевського, 12/2, м. Київ, 01008, Україна

ORCID: 0000-0002-4793-851X

[o.krekhivskiy@gmail.com](mailto:o.krekhivskiy@gmail.com)

DOI: 10.31617/3.2022(125)06

**KREKHIVSKYI Oleg,**

PhD (Physics and Mathematics)

Senior Desk Officer, Secretariat of Cabinet of Ministers of Ukraine

12/2, Hrushevsky St., Kyiv, 01008, Ukraine

ORCID: 0000-0002-4793-851X

[o.krekhivskiy@gmail.com](mailto:o.krekhivskiy@gmail.com)

**САЛІХОВА Олена,**

д. е. н. провідний науковий співробітник Державної установи «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

вул. Панаса Мирного, 26, м. Київ, 01011, Україна

ORCID: 0000-0002-7669-6601

[salikhova\\_elena@ukr.net](mailto:salikhova_elena@ukr.net)

**SALIKHOVA Olena,**

Doctor of Science (Economics), Leading Researcher

State Organization «Institute for Economics and Forecasting of NAS of Ukraine»

26, Panasa Myrnogo St., Kyiv, 01011, Ukraine

ORCID: 0000-0002-7669-6601

[salikhova\\_elena@ukr.net](mailto:salikhova_elena@ukr.net)

## ПОВОЄННА МОДЕРНІЗАЦІЯ ПРОМИСЛОВОСТІ: ВНУТРІШНІ ТА ЗОВНІШНІ РЕСУРСИ

**Вступ.** Українська промисловість не має достатніх ресурсів для відповідей на нові загрози, в результаті країна виявилася неготовою ані до пандемії COVID-19, ані до російської воєнної агресії, залишаючись залежною від поставок стратегічних товарів з-за кордону.

**Проблема.** Відсутність цілеспрямованої державної політики розвитку промисловості на інноваційних засадах унеможливає прискорення повоєнного відновлення та структурних перетворень в економіці України. Прийняття науково обґрунтованих рішень потребує відповідних досліджень.

**Мета статті** – визначити засадничі умови та механізми політики, що сприятимуть форсованій модернізації промисловості та становленню індустрій передових технологій.

## POST-WAR MODERNIZATION OF INDUSTRY: INTERNAL AND EXTERNAL RESOURCES

**Introduction.** The Ukrainian industry does not have sufficient resources to respond to new threats, as a result, the country was not ready for either the COVID-19 pandemic or military aggression from Russia, remaining dependent on the supply of strategic goods from abroad.

**Problem.** The absence of a purposeful state policy for the development of industry on an innovative basis makes it impossible to accelerate post-war recovery and structural changes in the Ukrainian economy. Decision making and problem solving require appropriate research.

**The aim** of the article is to identify the main conditions and policy mechanisms that contribute to the accelerated modernization of industry and the emergence of advanced technology industries.

© Крехівський О., Саліхова О., 2022

Дослідження здійснювалося в рамках відомчої тематики «Оцінка та прогнози ендегенного зростання економіки України» ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАНУ» за бюджетною програмою 6541030.

**Внесок авторів:**

Крехівський О.: проведено аналіз нормативно-правової бази (ретроспективної та сучасної) щодо регулювання та стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності у промисловості України, звіту Рахункової палати щодо реалізації бюджетних програм, обґрунтовано необхідність посилення ролі держави та запровадження механізмів сприяння розбудови наукових установ технологічних досліджень для посилення потенціалу технологічних інновацій вітчизняних промислових підприємств. Автор не отримував прямого фінансування для цього дослідження.

Саліхова О.: обґрунтовано необхідність створення засадничих умов задля залучення іноземних технологій у розвиток промисловості та отримання максимальних зисків, подано рекомендації щодо нарощування потенціалу існуючих та створення нових вітчизняних підприємств (технологічних стартапів) на базі національних інноваційних надбань.

**Результати.** За останні 20 років нормативно-правова база регулювання промислової діяльності в Україні зазнала значних змін (передусім у контексті імплементації законодавства ЄС); але ухвалені програми інноваційного розвитку або залишилися на папері, або через неналежне фінансування не досягли своєї мети. Внесок середньо- та високотехнологічних галузей в економіку України майже не змінювався й залишається вкрай низьким. Розв'язання проблеми розбудови індустрій передових технологій полягає у формуванні дуалістичної державної політики та створення засадничих умов її реалізації, що забезпечать, з одного боку, залучення іноземних технологій, з іншого – нарощування потенціалу наявних і створення нових високотехнологічних підприємств.

**Висновки.** Іноземні інвестиції та технології здатні прискорити модернізацію процесів та освоєння випуску нових товарів в Україні, але важливими є не лише масштаби їхнього залучення, а й те, наскільки вони інтегровані у національні плани розвитку. Тому визначення першочергових пріоритетів та посилення ролі держави в їх реалізації дасть змогу запобігти розпорошенню коштів (зокрема й іноземних донорів) на повоєнне відновлення та сфокусувати нагромадження капіталу в індустріях, що забезпечать високі мультиплікативні ефекти в економіці.

*Ключові слова:* переробна промисловість, державна політика, передові технології, технологічні інновації, трансфер-технології.

**Results.** Over the past 20 years, the regulatory framework for regulating industrial activities in Ukraine has undergone significant changes (in particular in the context of the implementation of EU legislation); but the adopted innovative development programs either remained on paper or, due to inadequate funding, did not achieve their goal. The contribution of medium- and high-tech industries to the Ukrainian economy has hardly changed and remains extremely low. The solution to the problem of developing advanced technology industries lies in the formation of a dualistic state policy and the creation of fundamental conditions for its implementation. This will ensure, on the one hand, the attraction of foreign technologies, and, on the other hand, the capacity building of existing and the creation of new high-tech enterprises.

**Conclusions.** Foreign investments and advanced technologies will accelerate the modernization of production processes and the release of new goods in Ukraine; however not only the scale of their involvement is important. The extent to which foreign investment and technology is integrated into national development plans is critical. Therefore, setting priorities and strengthening the role of the state in their implementation will prevent the dissipation of funds (including foreign donors) for post-war reconstruction and focus capital formation in industries that will ensure high multiplier effects in the economy.

*Keywords:* manufacturing industry, state policy, advanced technology, technological innovations, technology transfer.

JEL Classification: L38, L52, O14, O32.

**Конфлікт інтересів:** Автори не мають фінансових чи нефінансових конфліктів інтересів щодо цієї публікації; не мають відносин з державними органами, комерційними або некомерційними організаціями, які могли б бути зацікавлені у поданні цієї точки зору.

**Вступ.** Україна на світовому ринку позиціонується як поставальник продукції з низькою доданою вартістю, зокрема агарної та металургійної [1]. На жаль, ані Революція гідності, ані втрата низки активів через незаконну анексію Криму та агресію на сході України у 2014 р. не стали поштовхом для структурних змін в економіці та реалізації цілеспрямованої політики з розбудови індустрій переробної промисловості на базі передових технологій (ІПТ) та перетворення їх на ядро економічного зростання й національної безпеки. Вітчизняна промисловість, маючи багаторічну історію та наукові школи, не накопичила достатній технологічний та виробничий ресурс для відповідей на нові загрози. А отже, Україна виявилася неготовою ані до пандемії COVID-19, ані до воєнної агресії з боку росії, і залишається залежною від поставок стратегічних товарів з-за кордону.

**Проблема.** Через це поточна проблематика статті зумовлена відсутністю політики із забезпечення розвитку промисловості на інноваційних засадах і механізмів її реалізації, які є важливими з огляду на

необхідність формування державою та бізнес-елітами засад та інструментів повоєнного відновлення економіки України.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Необхідність швидкого відновлення економіки через фінансову кризу 2008 р., а згодом і через пандемію *COVID-19* спонукала іноземних учених актуалізувати дослідження інструментів державного управління, шукаючи в умовах глобальних викликів відповіді на питання: яку форму має прийняти промислова політика у період руйнівних політичних, економічних і технологічних змін? Як розробити промислову політику, орієнтовану на майбутнє та добробут, яка не лише пом'якшить провали ринку, а й вирішить найважливіші безпекові, соціальні та екологічні проблеми суспільства? Автори праці «Політичний простір для нової промислової політики у Європі» [2] розглядають механізми промислової, інвестиційної та інноваційної політики, що запроваджені на європейському рівні для підтримки переробної індустрії після фінансової кризи 2008 р., а також оцінюють дії ЄС для усунення наслідків локдауну 2020 р. Науковці зосереджуються на перспективах запровадження нових інструментів у контексті дебатів про необхідність повернення до активної промислової політики задля забезпечення сталого зростання [2], розвитку регіонів [3], пріоритетних галузей [4; 5]. Окрему увагу приділено вивченню (із використанням економіко-математичного інструментарію) механізмів, завдяки яким промислова політика впливає на економічні результати [6].

В Україні наукове завдання з обґрунтування теоретичних підходів, розроблення методологічного інструментарію та формування практичних рекомендацій щодо розвитку промисловості багато років стоїть на порядку денному вітчизняних науковців [7–10]. Зокрема наголошувалося, що необхідно створювати стратегічні конкурентні переваги, передусім активно розвивати національну інноваційну систему, визначати точкові пріоритети для реалізації інноваційних переваг, узгодити їх з фінансовими та інституціональними можливостями економіки, забезпечити дієвий контроль щодо виконання намічених заходів [9, с. 16]. Це проблемне питання актуалізувалося під час пошуку відповідей на виклики пандемії *COVID-19* і загострилося за російської воєнної агресії, спонукаючи політиків, учених, громадських діячів до прогнозно-сценарних оцінок перспектив повоєнного відновлення України [11–13]. Водночас нагальними питаннями є шляхи структурної трансформації та прискореного зростання економіки. Проблеми розбудови ІПТ України залишаються недостатньо висвітленими; роль держави та стимулюючих інструментів – не до кінця вивченими, а тому – дискусійними.

**Мета** статті – визначити засадничі умови та механізми політики, що сприятимуть форсованій модернізації української

промисловості та становленню ІІТ як ендogenous ядра технологічної динамізації<sup>1</sup> у повоєнному відновленні та зростанні економіки України.

**Методи.** У ході дослідження автори спиралися на історичний та логіко-діалектичний підхід – для обґрунтування ключової ролі державних важелів в інноваційному розвитку промисловості; структурно-функціональний і порівняльний – для визначення внеску ІІТ в економіку. Дослідження проводилось з використанням методів теоретичного узагальнення, порівняльного аналізу та синтезу, що дало змогу виявити «прогалини» нормативно-правового підґрунтя промислової політики та механізмів її реалізації; сформулювати рекомендації щодо посилення державного управління розвитком промисловості на інноваційних засадах.

**Результати дослідження.** Основне завдання, що стоїть сьогодні перед керівництвом країни, – як за допомогою наступальної інноваційної, інвестиційної, торговельної та промислової політик розбудувати Україну як гідного члена європейської спільноти, ядром технологічної динамізації, економічного зростання та безпеки якого стануть ІІТ.

Фахівці Брукінгського інституту у дослідженні «Американські передові індустрії<sup>2</sup>: що вони собою являють, де вони знаходяться і чому вони мають значення» [15] вказують, що ці галузі відіграють ключову роль у зростанні ВВП США завдяки вищій продуктивності, виготовленню технологічно складніших виробів та мультиплікативним ефектам в економіці<sup>3</sup>. Вони є ключовою ланкою у забезпеченні здатності країни підтримувати інноваційне, інклюзивне та стале економічне зростання.

За останні 20 років у нормативно-правову й нормативно-технічну базу України внесено значні зміни та запроваджено нові заходи з регулювання діяльності (зокрема у контексті імплементації законодавства ЄС), що пов'язано з промисловістю: ухвалено низку указів, підзаконних актів, наказів, нормативно-технічних документів, а також запроваджено програми розвитку, значна частина яких або так і залишилась на папері, або через неналежне фінансування не досягла своєї мети.

<sup>1</sup> Цей термін ввів у науковий обіг Ф. Файнзілбер, вказавши, що слабке «ендогенне ядро технологічної динамізації» було ключовою проблемою розбудови передових індустрій в країнах, що розвиваються. Це ускладнило асиміляцію, навчання, адаптацію нових знань та створення функціональних інновацій з використанням внутрішнього потенціалу. На його думку, таке ядро має бути пов'язане з усією виробничою системою, що забезпечить збільшення продуктивності, конкурентоздатності та темпів економічного зростання [14].

<sup>2</sup> Брукінгський інститут визначив топ-50 індустрій, що становлять сектор передових галузей, з них 35 належать до переробної промисловості, зокрема базова хімія, а також виробництво заліза, сталі та феросплавів (які наразі ОЕСР та Євростат не відносять до «вискотехнологічних»). Цей сектор характеризується глибокою участю у технологічних дослідженнях, розробках та STEM (наука, технологія, інженерія та математика).

<sup>3</sup> З-поміж іншого вказується на «ефект доміно» (*knock-on effect*): кожне 1 пряме робоче місце у технологічній галузі переробної промисловості (*technology-intensive manufacturing*) створює до 16 додаткових робочих місць, тоді як загалом переробна промисловість – 4.6; аграрний сектор – 1.5; роздрібна торгівля – 0.8.

Зокрема ще у 2004 р. прийнято Закон України «Про Загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій» [16] (далі – Програма), виконання якої мало відбуватись у два етапи: реалізація проєктів з розроблення наукоємних технологій, які мають найбільший ступінь готовності до впровадження (2005–2008 рр.), та впровадження на підприємствах наукоємних технологій, розроблених за результатами виконання Програми на першому етапі (2009–2013 рр.). Це мало удосконалити структури основного капіталу українських підприємств та сприяти інтенсивному інвестуванню у високотехнологічні виробництва. Розпорядником бюджетних коштів за Програмою визначено Міністерство промислової політики України, яке створило відповідний Комітет з питань конкурсного відбору проєктів з розроблення високих наукоємних технологій.

За результатами першого етапу стали очевидні численні прогалини у механізмі її реалізації, й бюджетне фінансування припинили. Звіт Рахункової палати України за 2008 р. [17] констатував, що ця програма не виконана та не досягла задекларованої мети – забезпечення сприятливих умов для створення та розвитку наукоємних технологій і на цій основі широкомасштабної модернізації національної економіки. Як наслідок, наукоємні технології не стали фактором зростання економіки держави, яка продовжує залишатися структурно деформованою. За весь час дії Програми виконувалося тільки 13 проєктів, з яких завершено лише два; а загальний обсяг її фінансування з усіх джерел – 23.6 млн грн, або лише 0.3 % необхідного. Утім, *закон, ухвалений задля стимулювання розвитку високих технологій, залишається чинним дотепер...*

Указом Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України № 606 від 6 квітня 2006 р. «Про стан науково-технологічної сфери та заходи щодо забезпечення інноваційного розвитку України» (далі – Указ Президента 606/2006) серед пріоритетних завдань діяльності органів виконавчої влади із забезпечення національної безпеки у науково-технологічній сфері, визначено «розвиток виробництва високотехнологічної продукції та послуг на інноваційній основі» [18]. Задля цього невідкладно мав бути підготовлений та поданий до Верховної Ради України законопроект «Про стимулювання інноваційної діяльності та виробництва високотехнологічної продукції в Україні», а також внесено зміни у відповідні законодавчі акти.

Як зазначено у праці [19, с. 6], на виконання Указу Президента 606/2006 ДП ДІКТЕД спільно з фахівцями Міністерства промислової політики України за безпосередньої участі спеціалістів Держкомстату, а також представників промислових підприємств і наукових установ, які надали свої пропозиції, розроблено Методику ідентифікації українських високотехнологічних промислових підприємств (затверджено Наказом Мінпромполітики України «Про затвердження Методики ідентифікації українських високотехнологічних промислових підприємств» від 08.02.2008 р. № 80) та форму статистичного спостереження

№ 1-технологія «Обстеження потенціалу виробництва високотехнологічної промислової продукції за період 2005–2007 рр.» (затверджено Наказом Державного комітету статистики України «Про затвердження форм державних статистичних спостережень зі статистики науки та інновацій» від 23.06.2008 р. № 207). У I кв. 2009 р. Держкомстатом проведено статистичне спостереження за юридичними особами усіх організаційно-правових форм господарювання, що виконували роботи, код яких відповідає секції *D* «Переробна промисловість» за КВЕД (гр. 15–37), незалежно від основного виду діяльності. З 9 000 господарюючих суб'єктів, які звітують Держкомстату про виробництво промислової продукції, 7 639 (або 84.9 %) надали інформацію за формою № 1-технологія. Отримані результати дослідження показали, що майже 8 % опитаних господарюючих суб'єктів за певною системою критеріїв є фактичними (або потенційними) високотехнологічними виробниками. Зміна керівництва держави у 2010 р. «поставила на паузу» подальшу реалізацію Указу Президента 606/2006 [20]. *Згодом документ скасовано, а передбачена в ньому «підтримка суб'єктів інноваційної діяльності» так і не запроваджена.*

У 2011 р. ухвалили Державну програму розвитку внутрішнього виробництва [21] (далі – Програма 2011), розробники якої зазначили, що «загалом промисловість залишається технологічно відсталою, інституційно нерозвинутою, надто вразливою до кон'юнктурних коливань на світовому ринку». А тому назріла необхідність «структурного оновлення та орієнтації обраної моделі розвитку національної економіки на інноваційний розвиток та міжнародну економічну інтеграцію». Програма 2011 вказує, що для стимулювання та підтримки розвитку високотехнологічних галузей необхідно вжити заходів до: державного замовлення на науково-технічну продукцію за пріоритетними напрямками розвитку науки, техніки і технологій; субсидування науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт шляхом надання податкових, кредитних, митних, тарифних та інших пільг; створення привабливих умов для заохочення приватного промислового капіталу до розвитку науки та технологій, а також розширення зв'язків науки з виробництвом тощо. *Програма залишається чинною дотепер, але не запроваджені механізми реалізації задекларованих нею заходів.*

Один з таких механізмів запропоновано фахівцями Національного комітету з промислового розвитку на виконання бюджетної програми 2018 р. «Державна підтримка технологічних інновацій для розвитку промисловості» (КПКВ 1201560); його покладено в основу відповідного проекту постанови Кабінету Міністрів України (концепцію цього механізму подано у праці [22]). Антимонопольний комітет України рішенням № 572-р від 19.10.2018 р. визнав, що державна підтримка реалізації промислово-інноваційних проєктів, спрямованих на технологічні інновації для розвитку промисловості, є допустимою для конкуренції [23]. *Попри це, такої підтримки інноваційного розвитку бізнесу в Україні немає дотепер.*



Відсутність механізмів державної допомоги бізнесу на інновації, дешевих «довгих» кредитів та брак власних обігових коштів, а також у теперішніх умовах – інструменту страхування воєнних ризиків унеможливають реалізацію масштабних науково-технічних та інноваційно-інвестиційних проєктів приватним сектором. Навіть за наявності технологічних розробок у промислових підприємств для запуску у виробництво нових товарів необхідні: розробка конструкторської документації; придбання нового обладнання для організації виробничого процесу; виготовлення нестандартного та спеціального технологічного устаткування для збірки нового виробу й виготовлення його складових частин; проєктування та виготовлення тисяч найменувань технологічної оснастки; сертифікація комплектуючих і готового виробу. Дуже обмежене коло українських промислових підприємств має власні дослідницькі підрозділи, а галузеві наукові установи, які могли б виконати ці роботи в інтересах технологічного розвитку індустрії, в Україні здебільшого вже ліквідовано.

Наслідком зазначеного є той факт, що Україна на світовому ринку позиціонується як постачальник продукції з низькою доданою вартістю, зокрема агарної та металургійної. Адже внесок середньо- та високотехнологічних (СВТ)<sup>4</sup> галузей в економіку України, попри дані [24; 25], украй низький (4.3 % ВВП) та майже не змінювався протягом останніх 20 років. Цей показник значно нижчий, ніж у «нових» індустриальних країн, як-от: Республіка Корея (15.86 %) і Китай (10.77 %). Негативною тенденцією є скорочення частки товарів СВТ галузей у загальному експорті промисловості України у 2010–2020 рр. із 44 до 35 % (табл. 1). Через це рейтинг України за індексом промислової конкурентоспроможності (*Competitive Industrial Performance Index – CIP*), який розраховується ЮНІДО, впав з 60-го місця у 2000 р. до 69-го у 2020 р. [24].

Таблиця 1

**Внесок середньо- та високотехнологічних галузей в економіку окремих країн**

Показник	Україна			Республіка Корея	Китай
	2000	2010	2020	2020	
Частка товарів СВТ галузей у загальному обсязі експорту промислових товарів	0.38	0.44	0.35	0.78	0.61
Частка доданої вартості СВТ галузей у загальній доданій вартості промисловості	0.22	0.34	0.33	0.64	0.41
Частка доданої вартості СВТ галузей у ВВП	3.88	4.29	4.30	15.86	10.77

Джерело: складено авторами за даними ЮНІДО, Світового Банку [24; 25].

<sup>4</sup> ЮНІДО щодо індустрій передових технологій використовує термін «*medium-high and high technology*» (МНТ) і звертає увагу, що МНТ – галузі виробництва з високою доданою вартістю, які відрізняються більш високою технологічністю та продуктивністю праці [24].

Після подій 2014 р. у праці, присвяченій пошукам шляхів зростання економіки, зауважено: «Вагомим аргументом на користь активної інтервенції держави у піднесення української промисловості в сучасних складних умовах є досвід Південної Кореї, промислова політика якої базувалася на консенсусі уряду та еліт, які розуміли, що загроза вторгнення, яка існувала на той час, зростатиме, якщо швидко не здійснити інвестиційно-інноваційну модернізацію економіки та не досягти соціального балансу. Це змусило їх надзвичайно щільно ув'язати національну безпеку з економічною стабільністю, в основі яких – розбудова національної індустрії. Отже, правильно вибрані пріоритети та інструменти промислової політики України є запорукою не тільки економічного розвитку, але й національної безпеки» [26, с. 37].

Розв'язання проблеми розбудови ІПТ у повоєнному відновленні та розвитку української економіки полягає у формуванні дуалістичної державної політики, яка задасть тон і створить загальні фундаментальні принципи, що в умовах обмежених ресурсів і часу забезпечать, з одного боку, залучення та позитивний внесок іноземних технологій у розвиток промисловості, з іншого – нарощування потенціалу наявних та створення нових вітчизняних підприємств (стартапів) на базі національних інноваційних надбань. Реалізація такої політики потребує відповідних засадничих умов.

### ***Щодо залучення передових іноземних технологій***

Руйнування вітчизняного науково-технологічного та виробничого потенціалу зумовлює необхідність вдаватися до різних форм трансферу іноземних технологій (прямі іноземні інвестиції (ПІІ), імпорт капітальних і проміжних товарів, придбання ліцензій, створення спільних підприємств) задля підвищення ефективності й конкурентоспроможності національних виробників. Відтак у повоєнному відновленні залучення технологічного базису індустрії Заходу є можливістю прискорити нову індустріалізацію та вирішити економічні, соціальні й безпекові проблеми. Адже вітчизняні підприємства таким чином отримують можливість підвищити ефективність бізнес-процесів, не витрачаючи ресурси на створення власних аналогів іноземних технологій або їхню імітацію і не чекаючи на результати досліджень і розробок (ДіР). Визначальним у тому, стимулюватимуть іноземні технології модернізаційні процеси чи спричинять гальмування ендогенних інновацій, є вірно обрані механізми політики щодо залучення іноземного капіталу та технологій, які враховуватимуть поточний рівень економічного, промислового, технологічного й людського розвитку України. Однак задля отримання максимального ефекту від трансферу іноземних технологій необхідні певні засадничі умови.

*Створення підґрунтя для міжнародного трансферу передових технологій* полягає насамперед у забезпеченні сприятливого макроекономічного середовища. Вирішення цього завдання потребує економічної

політики, спрямованої на макроекономічну стабільність, що передбачає збалансованість доходів і витрат державного бюджету, дефіцит якого стрімко зростає; низькі темпи інфляції; стабілізації валютного курсу. Це формуватиме привабливі фінансові умови для ухвалення рішень з боку інвесторів про капіталовкладення, трансфер та інновації в Україні. На залучення передових іноземних технологій в інноваційну діяльність промисловості значною мірою впливає *розвиток антикорупційних інститутів*. Як зазначають фахівці ЮНКТАД [27], якщо підкуп державних чиновників стає джерелом конкурентоспроможності, якщо змова з органами регулювання є найпростішим способом зберегти частку на ринку, якщо контракти у сфері державних закупівель розподіляються не за заслугами, а під впливом лобіювання, інновації навряд чи гратимуть важливу роль у суспільстві.

Значне місце у формуванні підґрунтя для залучення передових іноземних технологій для посилення потенціалу повоєнного відновлення відіграватимуть заходи з *підвищення абсорбційного потенціалу* вітчизняних підприємств. Згідно з концепцією абсорбційної спроможності до інновацій В. Кохена й Д. Левінталя [28], спроможність розпізнавати й усвідомлювати цінність нової інформації, асимілювати й використовувати знання з середовища зумовлює ефективність освоєння технологій у національному виробництві, що впливає на отримання комерційних результатів. Вирішення цієї проблеми полягає передусім у нагромадженні людського капіталу. Ефективність імплементації передових технологій у розбудову ІІТ безпосередньо залежить від розвитку робочої сили та зростання професіоналізму високопосадовців, які мають технологічну компетенцію та перспективне бачення, що вимагає розширення кола фахівців технологоорієнтованих професій<sup>5</sup>.

Інший аспект посилення абсорбційної здатності – *розбудова наукових установ технологічних досліджень*, основна функція яких полягатиме у розробленні промислових технологій, що сприятимуть освоєнню нових технологічних процесів і виробництва нової продукції, адаптації та асиміляції імпортованих технологій, а також створенні ключових технологій, що надають можливості (*Key Enabling Technologies – KETs*)<sup>6</sup> як бази подальшого розвитку промисловості. Створення великих наукових центрів на засадах державно-приватного партнерства та зосередження в них комплементарних досліджень має

<sup>5</sup> Працівники технологоорієнтованих професій – це люди, здатні генерувати нові знання, продукувати, адаптувати та використовувати передові технології у виробництві. До них належать професіонали, фах яких передбачає високий рівень знань у галузі фізичних, математичних, технічних, біологічних і медичних наук; фахівці, професії яких вимагають знання в одній з галузей природничих, точних і технічних наук; робітники з обслуговування, експлуатації та контролю за роботою технологічного устаткування, складання устаткування та машин.

<sup>6</sup> *KETs* – це шість категорій технологій (нанотехнології; мікро- та наноелектроніка, включаючи напівпровідники; сучасні матеріали; фотоніку; промислові біотехнології; передові виробничі системи), розвиток яких сприяє збільшенню промислових інновацій для вирішення соціальних проблем та створення передової та стійкої економіки.

низку переваг, основними з яких є концентрація фінансових ресурсів, оптимальне застосування дорогого обладнання, недопущення паралельних досліджень і розпорошення коштів. У цій частині варто взяти до уваги досвід США, де за ініціативи президента у 2013 р. розпочато створення Національної мережі для інновацій переробної промисловості (*National Network for Manufacturing Innovation – NNMI*), яка є низкою наукових інститутів, що займаються створенням промислових технологій через державно-приватне партнерство між американськими виробничими компаніями, університетами та федеральними державними установами [29].

Водночас зусилля з *модернізації промислових підприємств та нарощування їхніх компетенцій* дадуть змогу посилити абсорбційну здатність до імплементації передових іноземних технологій. Учені С. Лалл і Р. Нарула звернули увагу на основний парадокс: за слабого місцевого потенціалу індустріалізація має бути більш залежною від ПП та іноземних розробок, однак вони не здатні впливати на інноваційний розвиток промисловості приймаючої країни за відсутності відповідного місцевого потенціалу (*local capabilities*) [30].

З огляду на це ініціативи керівництва країни у повоєнному відновленні мають бути сфокусовані не лише на залученні іноземних інвестицій [31], але й на *стимулюванні внутрішніх інвестицій* в об'єкти основного капіталу для створення нового доходу в майбутньому через використання їх у діяльності вже працюючих в Україні підприємств, зокрема для: придбання нових основних фондів, значного покращення виробничих та невиробничих матеріальних активів, придбання прав власності на невиробничі активи тощо.

Урядом України у червні 2022 р. запроваджено механізм надання грантів для *підприємств* усіх галузей переробної промисловості [32]. Бенефіціар може отримувати один грант або для створення одного нового, або для збільшення потужностей наявного виробництва переробного підприємства (розмір гранту не перевищує 8 млн грн) на умовах співфінансування (для першої 1000 заяв завдяки грантів – до 70 % вартості проекту, для всіх подальших – до 50 %). Гранти передбачають покриття таких напрямів витрат: придбання основних засобів виробництва (верстатів, технологічного обладнання, включаючи програмне забезпечення), а також доставка та введення їх в експлуатацію. Варто зазначити, що цей механізм спрямований лише на фінансову допомогу малому та середньому бізнесу, залишаючи поза увагою підприємства стратегічних галузей, що виготовляють складну продукцію (проміжну, як-от підшипники, та кінцеву, наприклад, верстати). Адже теперішнє та повоєнне відновлення й модернізація технологічних лідерів української промисловості потребує значно більших інвестицій, ніж передбачені у механізмі 8 млн грн. Серед підприємств, що зазнали руйнування через російську агресію, – Жулянський машинобудівний завод «Візар», Харківський авіаційний завод, ХАРП, ДП НВКГ «Зоря»–«Машпроект», Харківський тракторний завод та багато інших

флагманів високотехнологічного виробництва України. Зокрема близько 70 % приватних підприємств у Харківській області (регіоні, де сконцентровано машинобудівні підприємства) не працюють [33].

До того ж ще у 2021 р. запроваджено механізми стимулювання нових великих інвестицій за проєктами, що реалізуватимуться на території України у сферах переробної промисловості та передбачатимуть будівництво, модернізацію, технічне та/або технологічне переоснащення об'єктів інвестування (механізм передбачає покриття з бюджету до 30 % планового обсягу капіталовкладень) [34]. У воєнний час, з огляду на високі ризики інвестування, а також у повоєнному відновленні, з урахуванням масштабів руйнувань, ймовірно механізм потребує доопрацювання. Аргументом на користь цього твердження є нещодавнє рішення компанії «Метінвест» щодо будівництва нового заводу в ЄС [35], а не, скажімо, в Західній Україні. До того ж основний продукт компанії – сталь – є стратегічним продуктом для низки пріоритетних для України галузей (наприклад, товстий прокат використовується в будівництві, важкому машинобудуванні, виробництві військової техніки тощо). За інформацією менеджменту компанії, «Азовсталь» випускала до 5000 т сталі на рік для військової техніки. Завод виготовляв сталь завтовшки 6.5–200 мм. «Азовсталь» також була єдиним підприємством в Україні з виробництва залізничних рейок. «Метінвест» розглядає два можливі варіанти відновлення своїх активів у звільненому від окупантів Маріуполі. Жоден не передбачає реанімування «Азовсталі» на попередньому місці. Перший – відбудова ММК ім. Ілліча з розширенням його технологічними лініями, які були на «Азовсталі». Орієнтовна вартість проєкту – 15 млрд дол. США. Термін будівництва – 7 років. Тільки на розчищення й підготовку майданчика потрібно 2–3 роки. Другий варіант – будівництво нового заводу на новій території. Цей сценарій швидший, простіший та дешевший. Орієнтовна вартість цього проєкту – 8–9 млрд дол. США [36].

*Інтеграція іноземних технологій у національні плани розвитку.* ЮНКТАД наголошує, що перед країнами, які націлені на технологічний розвиток індустрії, постає завдання визначити пріоритети та найважливіші області, де використання державних ресурсів може дати більшу віддачу для економіки [27]. Це завдання непросте, оскільки для його вирішення потрібне вміння розкривати головні проблеми в системі, знаходити правильні шляхи їхнього вирішення й надалі визначати, який обсяг ресурсів варто направити на ці цілі. Потрібно врахувати, розв'язання всіх проблем у відповідних областях не вистачить ресурсів, а відтак *визначення пріоритетів* відіграє найважливішу роль у досягненні цілей розвитку. В умовах обмежених ресурсів, залучення інвестицій без пріоритезації ендogenous ядра технологічної динамізації не забезпечить максимально можливого ефекту та не принесе одночасного прориву в усіх сферах.

З огляду на зазначені пріоритети (на засадах соціального діалогу влади, бізнесу, суспільства) необхідно розробити стратегію щодо залучення ПІІ та використання їх як джерела не лише капіталу, але й передових знань<sup>7</sup>. Щорічний інвестиційний форум, який відбувався під гаслом «Сталий розвиток через інновації та трансфер технологій, стимульовані ПІІ», окремим напрямом дискусії учасників з 140 країн став пошук відповідних механізмів політики. За результатами обговорення визначено, що для приймаючої країни вкрай важливими є «чітке визначення стратегії, правильне поєднання політичних інструментів, створення умов для ведення бізнесу» [38]. Водночас за залучення ПІІ необхідно брати до уваги стратегії, які реалізуватимуть транснаціональні компанії (ТНК), інвестуючи в Україну, і як ці стратегії співвідносяться з потребами модернізації національного господарства [39]. Стратегія залучення ПІІ має узгодити національні інтереси (економічні, технологічні, соціальні, безпекові) та інтереси ТНК (у рамках їхніх стратегій ПІІ в Україні).

Варто зауважити на необхідності першочергової підтримки з боку держави нових інвестиційних проєктів (*greenfield FDI projects*), які здебільшого є носіями технологій, адже ПІІ у нове виробниче та дослідницьке обладнання вказують на цілі іноземного інвестора щодо діяльності у приймаючій країні у довгостроковій перспективі. Прикладом таких інвестицій є рішення компанії *Baykar* про будівництво в Україні дослідницького центру та центру передового виробництва *Bayraktar TB2*, важких БПЛА *Akinci*, *Kizilelma* та іншої продукції компанії. Виготовлятимуться всі системи: не лише фізеляж, але й електроніка, програмне забезпечення. Згідно з рішенням турецької компанії-виробника, у дронів використовуватимуться двигуни «Мотор Січі», що допоможе їх українському виробнику зайняти свою нішу на ринку БПЛА [40].

### **Щодо нарощування потенціалу наявних і створення нових вітчизняних підприємств**

*Запровадження адресного підходу в реалізації політики «зміцнення сильних».* Підґрунтя для його реалізації в Україні закладено ще у 2006 р. щодо створення науково-методичного та інформаційно-статистичного інструментарію визначення й оцінювання високотехнологічної виробничої сфери для створення нових технологій і прискорення випуску на їхній основі інноваційних продуктів на виконання Указу Президента 606/2006. В основу цього інструментарію покладено ідентифікацію вітчизняних високотехнологічних підприємств (ВТП) та високотехнологічних товарів (ВТТ) і формування відповідних переліків.

<sup>7</sup> Учені застерігають, що у країнах Латинської Америки ПІІ нерідко використовувалися для фінансування дефіциту платіжного балансу, тоді як у країнах Азії їх застосовували більше для залучення технологій. Тому деякі види іноземних інвестицій виявляються ефективнішими, ніж інші, а отже, не всі ПІІ сприяють нарощуванню потенціалу ендогенних інновацій [37].

Цільове призначення Державного реєстру ВТТ промислового комплексу України розглядається у двох аспектах [20]:

*фіскальний* – надання податкових пільг за виробництва зазначених товарів; надання преференцій у разі повернення ПДВ під час експорту зазначених товарів; надання пільг іноземним інвесторам за налагодження виробництва зазначених товарів;

*статистичний* – оцінка ефективності новаторської діяльності у країні, досягнутого рівня технологічності промисловості, результативності витрат державного бюджету та приватного капіталу на розвиток інновацій.

Створення Державного реєстру ВТТ України дасть змогу:

- здійснити індивідуалізацію державних преференцій ВТП (надання фіскальних пільг, державних грантів, грошових асигнувань, позик, субсидій, дотацій, держзамовлень, пільгових умов кредитування тощо для стимулювання розробки та виробництва високотехнологічних товарів);
- відобразити реальний стан високотехнологічної виробничої сфери країни (моніторинг і системний аналіз змін у ресурсах, витратах і результатах діяльності (за спеціалізованою багатоаспектною статистичною формою).

Затвердження цих реєстрів дасть можливість економічними важелями стимулювати розвиток не галузей, а саме виробників та експортерів ВТТ, а також іноземних інвесторів за налагодження виробництва таких товарів в Україні.

Ідентифіковані як високотехнологічні 8 % промислових підприємств мали сформувати ендегенне ядро технологічної динамізації та в умовах обмежених ресурсів отримувати адресну державну підтримку для подальшого розвитку та виведення продуктів передових технологій на ринок (зокрема й інших країн).

Адресний підхід, що наразі багато років реалізується керівництвом Китаю [20], довів свою ефективність: завдяки сприянню інноваційно активним господарюючим суб'єктам (через механізм сертифікації), надання їм доступу до низки привілеїв від держави без додаткових експертиз, а також преференцій у системі публічних закупівель у країні створено потужні підприємства в ППТ, які сьогодні успішно конкурують з іноземними компаніями. На жаль, попри аргументацію та успішну аналогічну практику Китаю, *адресний підхід до стимулювання українських технологічних лідерів не запроваджено.*

*Започаткування механізмів стимулювання ендегенних інновацій в індустрії.* Їхня реалізація потребує розробки проєкту Постанови Кабінету Міністрів України «Про державну допомогу на проведення науково-технічної та інноваційної діяльності в інтересах розвитку промисловості», відповідно до п. 7 «допомога на проведення наукових досліджень, технічний розвиток та інноваційну діяльність», ч. 2 ст. 6 Закону

України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання». У числі реципієнтів державної допомоги варто визначити суб'єкти господарювання наукової та промислової сфер, що мають досвід у розробках промислових технологій. Одна з вимог – у реалізації проекту має бути залучено щонайменше одного резидента України – виробника, а також наукову установу та/або заклад вищої освіти. Зокрема рекомендується спрямувати бюджетні кошти як державну підтримку на реалізацію проектів щодо технологічних інновацій у промисловості за двома формами: співфінансування держави та бізнесу в реалізації проектів; часткова компенсація з бюджету відсотків за кредитами, залученими промисловцями для реалізації проектів (ці форми можуть застосовуватись одночасно). 24 червня 2022 р. Європейська рада надала Україні статус кандидата у члени ЄС, що прискорить підписання Угоди про оцінку відповідності та прийнятність промислових товарів (Угода АСАА) з Євросоюзом. Запровадження запропонованого авторами механізму сприятиме посиленню конкурентних переваг українських товарів завдяки технологічним інноваціям, які після підписання Угоди АСАА матимуть більше перспектив вийти на ринки країн ЄС.

У рамках державної політики розвитку ІІТ стимулювання інноваційних процесів рекомендується вибудовувати за модульним принципом, де частинами конструкції є суб'єкти промислової, дослідницької та освітньої системи, які виконують свої функції по суті автономно, але для досягнення механізму синергії їхні інновації мають стати синхронізованими та комплементарними, орієнтованими на розробку та випуск національного високотехнологічного продукту. У праці [41] обґрунтовано, що розвиток виробництва не лише кінцевого продукту – лікарських засобів, а й низки суміжних продуктів за ключовими напрямками, як-от: біологічні, хімічні препарати, медичне обладнання, фармацевтичні наповнювачі та системи пакування, обладнання та апаратура фармацевтичного виробництва має здатність забезпечити зміну технологічного рівня української фармацевтики. Реалізація такого підходу за розбудови інших ІІТ, на думку авторів, сприятиме зменшенню їхньої залежності від імпорту й попередить негативні наслідки «усіченої індустріалізації» [14], яка веде до структурних проблем.

*Запровадження механізмів стимулювання створення технологічно-орієнтованих стартапів*<sup>8</sup>. В Україні екосистема стартапів перебуває на етапі становлення, тож акцент у повоєнному відновленні варто зробити на державній підтримці запуску стартапів, орієнтуючи новаторів на технологічні інновації та співпрацю з наявними промисловими підприємствами. В. Баумоль у праці «Підприємництво, інновації та ріст: симбіоз Давида-Голіафа» [43] звертає увагу на ефективність та супераддитивну комплементарність (*superadditive complementarity*)

<sup>8</sup> Термін «технологічно-орієнтовані стартапи» та обґрунтування їхніх особливостей і переваг для інноваційного розвитку промисловості подано у праці [42].



між компаніями з власними дослідницькими підрозділами й виробничими потужностями та стартапами. Учений обґрунтовує, що держава має виконувати роль координатора та посередника для посилення ефектів від цього симбіозу. Також уряд може бути важливим джерелом забезпечення постійного попиту на інноваційні продукти цих компаній через впровадження спеціалізованих програм публічних закупівель і резервування частини ринку. Політика інноваційного підприємництва має брати до уваги різноманітну природу стартапів, враховувати особливості їхніх інноваційних продуктів (життєвий цикл, трудо- та капіталомісткість) і напрями діяльності їхніх реципієнтів, тож нові механізми доцільно запроваджувати відповідно до профільної орієнтації діяльності стартапів (наприклад, програми розбудови стартапів у сфері ОПК, фармацевтики тощо).

В умовах обмежених ресурсів України технологоорієнтовані стартапи можуть стати значущим детермінантом посилення компетенцій промислових підприємств. З огляду на таку перспективу держава має створити нормативно-правове підґрунтя для розбудови екосистеми технологоорієнтованих стартапів і визначити стратегічні пріоритети її розвитку. Зокрема необхідно розробити базові документи: проєкт Закону «Про технологоорієнтовані стартапи» та проєкт Стратегії розбудови технологоорієнтованих стартапів для забезпечення інноваційного розвитку промисловості України.

Без посилення ролі держави та запровадження цілеспрямованої політики розвитку підприємств ІТТ, зусилля з повоєнного відновлення економіки та фінансова допомога бізнесу матимуть обмежений вплив на формування ядра технологічної динамізації, а відтак не забезпечать щонайменше 7-відсотковий приріст ВВП та повторення успіху азійських економік [44], і не дасть змогу у середньостроковій перспективі збільшити рівень ВВП на душу населення з 4.5 до 12 тис. дол. США [45].

**Висновки.** Для форсованого повоєнного відновлення та росту економіки України необхідна реалізація низки заходів, спрямованих на посилення конкурентоспроможності діючих та створення нових підприємств в ІТТ, як-от: запровадження механізмів стимулювання приватних інвестицій у розробку та впровадження нових технологій; створення передумов для започаткування технологоорієнтованих стартапів, які підсилять інноваційний потенціал діючих компаній та забезпечать швидку трансформацію розробок у затребувані ринком товари; залучення іноземних інвестицій і технологій для прискореної модернізації процесів та освоєння випуску нових товарів.

Укraj важливими є виділення в довгому списку «пріоритетних завдань» першочергових для запобігання розпорошенню коштів (зокрема іноземних донорів) у повоєнному відновленні; фокусування нагромадження капіталу в ІТТ, що забезпечить високі мультиплікативні ефекти в економіці. З погляду досягнення мети – розбудови ІТТ як чинника росту та національної безпеки, важливими є не лише

масштаби залучених інвестицій і технологій, а й те, наскільки вони інтегровані у національні плани розвитку.

Посилення ролі держави та запровадження цілеспрямованої політики розбудови ПІТ та національних «технологічних чемпіонів» (зокрема через заохочення співпраці з технологоорієнтованими стартапами та залучення передових іноземних технологій), сприятиме «конвертуванню» зусиль і ресурсів, спрямованих на повоєнне відновлення України, у конкурентоспроможні високотехнологічні товари й виходу з ними на зовнішні ринки.

Наведені у дослідженні пропозиції та рекомендації вимагають фахової дискусії з науковцями, промисловцями й державними службовцями та узгодження позицій щодо засадничих умов і механізмів розвитку ПІТ (що обумовлює перспективи подальших досліджень); за їхніми результатами – відповідних змін у нормативно-правовій базі та комплементарних дій органів влади щодо їхньої реалізації в інтересах національної економіки та безпеки.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Каракуц А., Гордійчук Д., Щедрін Ю. Аграрний бізнес, металурги, ІТ, хімія та інші: як справи в гігантів української економіки. *epravda.com.ua*. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/06/6/687837>.
2. Pianta M. et al. The policy space for a novel industrial policy in Europe. *Industrial and Corporate Change*, Oxford University Press. 2020. vol. 29(3), pages 779-795. URL: <https://doi.org/10.1093/icc/dtz075>.
3. McCann P. et al. (2021). Rebalancing UK regional and industrial policy post-Brexit and post-Covid-19: lessons learned and priorities for the future, *Regional Studies*. URL: <https://doi.org/10.1080/00343404.2021.1922663>.
4. Pichler M., et al. EU industrial policy: Between modernization and transformation of the automotive industry. *Environmental Innovation and Societal Transitions*/ 2021, p. 140-152. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2020.12.002>.
5. Berthold H., Ákos V. (2022). Endogenous sector-biased technological change and industrial policy. *Economic Modelling*, Elsevier, vol. 113. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2022.105875>.
6. Dang Alicia H., Samaniego R. (2022). R&D, Industrial Policy and Growth. *JRFM*, MDPI, vol. 15(8), pages 1-42. <https://doi.org/10.3390/jrfm15080344>.
7. Геєць В. Ліберально-демократичні засади: курс на модернізацію України. *Економіка України*. 2010. № 3. С. 4–20.
8. Амоша О., Землянкін А., Підоричева І. Удосконалення системи управління інноваціями як умова прискорення структурних реформ в Україні. *Економіка України*. 2015. № 9. С. 49–65.
9. Мазаракі А., Мельник Т. Інновації як джерело стратегічних конкурентних переваг. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2010. № 2. С. 5-17.
10. Кіндзерський Ю. В. Промисловість України: стратегія і політика структурно-технологічної модернізації: монографія. НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». 2013. 536 с.
11. Мазаракі А., Мельник Т. Світове господарство: виклики російсько-української війни. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2022. 143(3). 4–35. [https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2022\(143\)01](https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2022(143)01).
12. Промисловість України перед викликами майбутнього: у пошуках відповідей та рішень: колективна монографія / за ред. д-ра екон. наук Л.В. Дейнеко;

- НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України». 2022. 346 с. URL: <http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2022/08/PromyslovistUkrainy-pered-vykykavy.pdf>.
13. Дослідження «Повоєнне відновлення економіки України» «Центр прикладних досліджень. *cpd.com.ua* 2022. URL: [https://cpd.com.ua/Research\\_UA\\_economic\\_reconstruction.pdf](https://cpd.com.ua/Research_UA_economic_reconstruction.pdf).
  14. Fajnzylber F. La industrialización trunca de América Latina Centro de Economía Transnacional. México: Editorial Nueva Imagen S. A, 1983. 420 p.
  15. Muro M., Rothwell J., Andes S., Fikri K., and Kulkarni S. (2017) America's Advanced Industries: What They Are, Where They Are, and Why They Matter. Supply chain. URL: [https://www.supplychain247.com/paper/americas\\_advanced\\_industries](https://www.supplychain247.com/paper/americas_advanced_industries)
  16. Про Загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій. Закон України №1676-IV від 09.04. 2004 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1676-15#Text>.
  17. Звіт Рахункової палати України за 2008 рік. URL: [http://old.ac-rada.gov.ua/control/main/uk/publish/article/1497434?cat\\_id=32826](http://old.ac-rada.gov.ua/control/main/uk/publish/article/1497434?cat_id=32826).
  18. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 квітня 2006 року «Про стан науково-технологічної сфери та заходи щодо забезпечення інноваційного розвитку України». Указ Президента України № 606/2006 від 11.08.2006. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/606/2006#Text>.
  19. Крехівський О. В., Саліхова О. Б. Ідентифікація високотехнологічних промислових підприємств України: методологія та практика. Частина I. Міжнародні стандарти та національні інтереси. Статистика України. 2010. №2. С. 4–9. URL: [http://194.44.12.92:8080/jspui/bitstream/123456789/683/1/4-9\\_2%272010%2849%29\\_Krehivskii\\_Salihova.pdf](http://194.44.12.92:8080/jspui/bitstream/123456789/683/1/4-9_2%272010%2849%29_Krehivskii_Salihova.pdf).
  20. Саліхова О. Б., Крехівський О. В. Адресний підхід у реалізації державної промислової політики України в умовах зростаючої залежності від імпорту. *Статистика України*. 2021. № 2. С. 46–57. [https://doi.org/10.31767/su.2\(93\)2021.02.05](https://doi.org/10.31767/su.2(93)2021.02.05).
  21. Про затвердження Державної програми розвитку внутрішнього виробництва. Постанова КМУ № 1130 від 12 вересня 2011 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1130-2011-%D0%BF#Text>.
  22. Саліхова О. Б., Крехівський О. В. Новий механізм державної підтримки технологічних інновацій для розвитку промисловості. *Статистика України*. 2018. № 2. С. 30–35. [https://doi.org/10.31767/su.2\(81\)2018.02.04](https://doi.org/10.31767/su.2(81)2018.02.04).
  23. Рішення АМКУ про допустимість державної допомоги для конкуренції від 19.10.2018 р. No 572-р. URL: <https://amcu.gov.ua/npas/rishennya-572-r-vid-19102018>.
  24. UNIDO's Competitive Industrial Performance Index 2020: Country Profiles published. URL: <https://www.unido.org/news/unidos-competitive-industrial-performance-index-2020-country-profiles-published>.
  25. World Development Indicators. URL: <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>.
  26. Саліхова О. Б. Ренесанс державної інтервенції у промисловий розвиток: останні світові тенденції та уроки для України. *Економіка України*. 2015. № 9. С. 19-38.
  27. Science technology and innovation capability gaps policy environment and evolving policy tools for sustainable development. 2014. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/ciimem4d5\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ciimem4d5_en.pdf).
  28. Cohen Wesley M., Levinthal Daniel A. Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation Administrative Science Quarterly. Vol. 35. Special Issue: Technology, Organizations, and Innovation. 1990. P. 128-152.
  29. National Network for Manufacturing Innovation. URL: <https://www.manufacturing.gov/glossary/national-network-manufacturing-innovation>.
  30. Lall, S. and Narula, R. (2004) Foreign direct investment and its role in economic development: do we need a new agenda? *The European Journal of Development Research*, 16 (3). pp. 447-464.

31. Зеленський оголосив про старт великої інформкампанії для залучення інвестицій в Україну. *ukrinform.ua*. 2022. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3565951-zelenskij-ogolosiv-pro-start-velikoi-informkampanii-dla-zalucenna-investicij-v-ukrainu.html>.
32. Деякі питання надання грантів для переробних підприємств. Постанова КМУ № 739 від 24.07.2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/739-2022-%D0%BF#Text>
33. Карплюк Д. Навіть «Мівіна» припинила виробництво. Влада оцінила економічну ситуацію на Харківщині. *glavcom.ua*. 2022. URL: <https://glavcom.ua/country/politics/navit-mivina-pripinila-virobnitstvo-vlada-otsinila-ekonomichnu-situatsiju-na-kharkivshchini-877807.html>.
34. Про державну підтримку інвестиційних проектів зі значними інвестиціями. Закон України № 1116-IX від 17.12.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1116-20#Text>.
35. Або Болгарія, або Італія. Ахметов обирає, де побудувати новий меткомбінат. *biz.nv.ua*. 2022. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/markets/de-ahmetov-zbuduye-novi-metkombinat-u-bolgariji-chi-italiji-ostanni-novini-50252208.html>.
36. Forbes UA: Пів року війни – Метінвест між втратами та планами на майбутнє. *metinvest.media*. 2022. URL: <https://metinvest.media/ua/page/forbes-ua-pv-roku-vyni--metinvest-mzh-vtratami-ta-planami-na-maybutn>.
37. Making Global Trade Work for People. *Earthscan* Publications. 2003 341 p.
38. Sustainable Development Through FDI Induced Innovation and Technology Transfer. Dubai Government Achievements Exhibition. 30 March – 1 April 2015. URL: [https://www.ema-germany.org/media/veranstaltungen/messen/2015/AIM/AIM2015\\_Brochure\\_EN.pdf](https://www.ema-germany.org/media/veranstaltungen/messen/2015/AIM/AIM2015_Brochure_EN.pdf).
39. Сіденко В.Р. Нові глобальні виклики та їх вплив на формування суспільних цінностей. *Український соціум*. 2014. № 1. С. 7–21. <https://doi.org/10.15407/socium2014.01.007>.
40. Український завод із виробництва «Байрактарів» випускатиме нові надсучасні моделі БПЛА. *5.ua*. 2022. <https://www.5.ua/ukrayina/ukrainskyi-zavod-iz-vyrobnystva-bairaktariv-vypuskatyme-novi-nadsuchasni-modeli-bpla-284811.html>.
41. Гончаренко Д. О. Теоретичні підходи та методологічні засади розвитку фармацевтики України в умовах європейської інтеграції. *Бізнес Інформ*. 2021. № 5. С. 194–201. [doi.org/10.32983/2222-4459-2021-5-194-201](https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-5-194-201).
42. Саліхова О. Б., Курченко О. О. Концептуальні засади Стратегії розбудови технологієорієнтованих стартапів в інтересах інноваційного розвитку економіки України. *Бізнес Інформ*. 2020. № 9. С. 65–75. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-9-65-75>.
43. Baumol W. J. Entrepreneurship, Innovation and Growth: The David-Goliath Symbiosis. *Journal of Entrepreneurial Finance and Business Ventures*. 2002. Vol. 7. Issue 2. P. 1–10.
44. The growth report: strategies for sustained growth and inclusive development. The Commission on Growth and Development. Washington, DC: World Bank. 198 p.
45. У Мінекономіки хочуть збільшити рівень ВВП на душу населення до \$12 тисяч. *ukrinform.ua*. 2022. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3568917-u-minekonomiki-hocut-zbilsiti-riven-vvp-na-dusu-naseledda-do-12-tisac.html>.

## REFERENCES

1. Karakuc, A., Gordijchuk, D., & Shhedrin, Ju. Agrarnyj biznes, metalurgy, IT, himija ta inshi: jak spravy v gigantiv ukrai'ns'koi ekonomiky [Agricultural business, metallurgists, IT, chemistry and others: how are the giants of the Ukrainian economy doing?]. *epravda.com.ua*. 2022. <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/06/6/687837>. [in Ukrainian].
2. Pianta, M. (et al.). (2020). The policy space for a novel industrial policy in Europe. *Industrial and Corporate Change*, Oxford University Press. (Vol. 29(3), (pp. 779-795). <https://doi.org/10.1093/icc/dtz075>. [in English].

3. McCann, P. (et al.) (2021). Rebalancing UK regional and industrial policy post-Brexit and post-Covid-19: lessons learned and priorities for the future, *Regional Studies*. <https://doi.org/10.1080/00343404.2021.1922663> [in English].
4. Pichler, M. (et al.) (2021). EU industrial policy: Between modernization and transformation of the automotive industry. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, (pp. 140-152). <https://doi.org/10.1016/j.eist.2020.12.002> [in English].
5. Berthold, H., & Ákos, V. (2022). Endogenous sector-biased technological change and industrial policy. *Economic Modelling, Elsevier*, (Vol. 113). <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2022.105875> [in English].
6. Dang Alicia, H., & Samaniego, R. (2022). R&D, Industrial Policy and Growth. *JRFM, MDPI*, (Vol. 15(8), (pp. 1-42). <https://doi.org/10.3390/jrfm15080344> [in English].
7. Gejec', V. (2010). Liberal'no-demokratychni zasady: kurs na modernizaciju Ukrai'ny [Liberal-democratic principles: course for the modernization of Ukraine]. *Ekonomika Ukrai'ny – Ukraine economy*, 3, 4-20 [in Ukrainian].
8. Amosha, O., Zemljankin, A., & Pidorycheva, I. (2015). Udoskonalennja systemy upravlinnja innovacijamy jak umova pryskorennja strukturnyh reform v Ukrai'ni [Improving the innovation management system as a condition for accelerating structural reforms in Ukraine]. *Ekonomika Ukrai'ny – Ukraine economy*, 9, 49-65 [in Ukrainian].
9. Mazaraki, A., & Mel'nyk, T. (2010). Innovacii' jak dzherelo strategichnyh konkurentnyh perevag [Innovation as a source of strategic competitive advantages]. *Visnyk Kyi'vs'kogo nacional'nogo torgovel'no-ekonomichnogo universytetu – Herald of the Kyiv National University of Trade and Economics*, 2, 5-17 [in Ukrainian].
10. Kindzers'kyj, Ju. V. (2013). Promyslovist' Ukrai'ny: strategija i polityka strukturno-tehnologichnoi' modernizacii'. NAN Ukrai'ny, DU «In-t ekon. ta prognozuv. NAN Ukrai'ny [Industry of Ukraine: strategy and policy of structural and technological modernization. National Academy of Sciences of Ukraine, State University «NASU Institute for Economics and forecasting»]. 536 c. [in Ukrainian].
11. Mazaraki, A., & Mel'nyk, T. (2022). Svitove gospodarstvo: vyklyky rosijs'ko-ukrai'ns'koi' vijny. [The world economy: the challenges of the Russian-Ukrainian war]. *Visnyk Kyi'vs'kogo nacional'nogo torgovel'no-ekonomichnogo universytetu – Herald of the Kyiv National University of Trade and Economics*, 143(3), 4-35. [https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2022\(143\)01](https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2022(143)01) [in Ukrainian].
12. Dejneko, L. V. (2022). Promyslovist' Ukrai'ny pered vyklykamy majbutn'ogo: u poshukah vidpovidej ta rishen' [Industry of Ukraine facing the challenges of the future: in search of answers and solutions]. NAN Ukrai'ny, DU «In-t ekon. ta prognoz. NAN Ukrai'ny». <http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2022/08/PromyslovistUkrainy-pered-vyklykavy.pdf> [in Ukrainian].
13. *Doslidzhennja «Povojenne vidnovlennja ekonomiky Ukrai'ny» «Centr prykladnyh doslidzhen» [Research «Post-war recovery of the economy of Ukraine» «Centre of applied research»] cpd.com.ua (2022)*. [https://cpd.com.ua/Research\\_UA\\_economic\\_reconstruction.pdf](https://cpd.com.ua/Research_UA_economic_reconstruction.pdf) [in Ukrainian].
14. Fajnzylber, F. (1983). La industrialización trunca de América Latina Centro de Economía Transnacional. México: Editorial Nueva Imagen S. A, 420 p. [in English].
15. Muro M., Rothwell J., Andes S., Fikri K., and Kulkarni S. (2017) America's Advanced Industries: What They Are, Where They Are, and Why They Matter. Supply chain. [https://www.supplychain247.com/paper/americas\\_advanced\\_industries](https://www.supplychain247.com/paper/americas_advanced_industries) [in English].
16. Pro Zagal'noderzhavnu kompleksnu programu rozvytku vysokyh naukojemnyh tehnologij. Zakon Ukrai'ny №1676-IV vid 09.04. 2004 r. [About the National Comprehensive Program for the Development of High Science-intensive

- Technologies. Law of Ukraine №1676-IV dated 09.04. 2004] <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1676-15#Text> [in Ukrainian].
17. *Zvit Rahunkovoi' palaty Ukrai'ny za 2008 rik [Report of the Accounting Chamber of Ukraine for 2008]*. [http://old.ac-rada.gov.ua/control/main/uk/publish/article/1497434?cat\\_id=32826](http://old.ac-rada.gov.ua/control/main/uk/publish/article/1497434?cat_id=32826) [in Ukrainian].
  18. Pro rishennja Rady nacional'noi' bezpeky i oborony Ukrai'ny vid 6 kvitnja 2006 roku «Pro stan naukovo-tehnologichnoi' sfery ta zahody shhodo zabezpechennja innovacijnogo rozvytku Ukrai'ny». Ukaz Prezydenta Ukrai'ny № 606/2006 vid 11.08.2006. [On the decision of the National Security and Defence Council of Ukraine dated April 6, 2006 «On the state of the scientific and technological sphere and measures to ensure the innovative development of Ukraine». Decree of the President of Ukraine № 606/2006 dated August 11, 2006.] <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/606/2006#Text> [in Ukrainian].
  19. Krehivs'kyj, O. V., & Salihova, O. B. (2010). Identyfikacija vysokotehnologichnyh promyslovyh pidpryjemstv Ukrai'ny: metodologija ta praktyka. [Identification of high-tech industrial enterprises of Ukraine: methodology and practice]. *Mizhnarodni standarty ta nacional'ni interesy. Statystyka Ukrai'ny – International standards and national interests. Statistics of Ukraine. (Part I), 2, 4-9*. [http://194.44.12.92:8080/jspui/bitstream/123456789/683/1/4-9\\_2%272010%2849%29\\_Krehivskii\\_Salihova.pdf](http://194.44.12.92:8080/jspui/bitstream/123456789/683/1/4-9_2%272010%2849%29_Krehivskii_Salihova.pdf) [in Ukrainian].
  20. Salihova, O. B., & Krehivs'kyj, O. V. (2021). Adresnyj pidhid u realizacii' derzhavnoi' promyslovoi' polityky Ukrai'ny v umovah zrostajuchoi' zalezhnosti vid importu. [Targeted approach in the implementation of the state industrial policy of Ukraine in conditions of growing dependence on imports]. *Статистика України – Statistics of Ukraine, 2, 46-57*. [https://doi.org/10.31767/su.2\(93\)2021.02.05](https://doi.org/10.31767/su.2(93)2021.02.05) [in Ukrainian].
  21. Pro zatverdzhennja Derzhavnoi' programy rozvytku vnutrishn'ogo vyrobnyctva. Postanova KМУ № 1130 vid 12 veresnja 2011 r. [On the approval of the State Program for the Development of Domestic Production. CMU Resolution № 1130 of September 12, 2011] <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1130-2011-%D0%BF#Text> [in Ukrainian].
  22. Salihova, O. B., & Krehivs'kyj, O. V. (2018). Novyj mehanizm derzhavnoi' pidtrymky tehnologichnyh innovacij dlja rozvytku promyslovosti [A new mechanism of state support for technological innovations for the development of industry]. *Statystyka Ukrai'ny – Statistics of Ukraine, 2, 30-35*. [https://doi.org/10.31767/su.2\(81\)2018.02.04](https://doi.org/10.31767/su.2(81)2018.02.04) [in Ukrainian].
  23. Rishennja AMKU pro dopustymist' derzhavnoi' dopomogy dlja konkurencii' vid 19.10.2018 r. No 572-p. [Decision of AMCU on the admissibility of state aid for competition dated October 19, 2018 No 572-p] <https://amcu.gov.ua/npas/rishennya-572-r-vid-19102018> [in Ukrainian].
  24. UNIDO's Competitive Industrial Performance Index 2020: Country Profiles published. <https://www.unido.org/news/unidos-competitive-industrial-performance-index-2020-country-profiles-published> [in English].
  25. World Development Indicators. <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators> [in English].
  26. Salihova, O. B. (2015). Renesans derzhavnoi' intervencii' u promyslovyj rozvytok: ostanni svitovi tendencii' ta uroky dlja Ukrai'ny [The renaissance of state intervention in industrial development: recent world trends and lessons for Ukraine]. *Ekonomika Ukrai'ny – Ukraine economy, 9, 19-38* [in Ukrainian].
  27. Science technology and innovation capability gaps policy environment and evolving policy tools for sustainable development. 2014. [https://unctad.org/system/files/official-document/ciimem4d5\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ciimem4d5_en.pdf) [in English].

28. Cohen Wesley, M., Levinthal Daniel, A. (1990). Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation Administrative Science Quarterly, (Vol. 35), Special Issue: Technology, Organizations, and Innovation. (pp. 128-152) [in English].
29. National Network for Manufacturing Innovation. <https://www.manufacturing.gov/glossary/national-network-manufacturing-innovation> [in English].
30. Lall, S. & Narula, R. (2004) Foreign direct investment and its role in economic development: do we need a new agenda? The European Journal of Development Research, 16 (3), 447-464 [in English].
31. Zelens'kyj ogolosyv pro start velykoi' informkarnanii' dlja zaluchennja investycij v Ukrainu [Zelenskyi announced the launch of a large information campaign to attract investments to Ukraine] *ukrinform.ua*. 2022. <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3565951-zelenskij-ogolosiv-pro-start-velikoi-informkarnanii-dla-zalucenna-investicij-v-ukrainu.html> [in Ukrainian].
32. Dejaki pytannja nadannja grantiv dlja pererobnyh pidpryjemstv. Postanova KМУ № 739 vid 24.07.2022 r. [Some issues of giving grants for processing enterprises. CMU Resolution № 739 dated 24.07.2022] <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/739-2022-%D0%BF#Text> [in Ukrainian].
33. Karpjuk, D. (2022). Navit' «Mivina» prypynyla vyrobnyctvo. Vlada ocynyla ekonomichnu sytuaciju na Harkivshhyni [Even «Mivina» stopped production. The authorities assessed the economic situation in the Kharkiv region] *glavcom.ua*. <https://glavcom.ua/country/politics/navit-mivina-pripinila-virobnitstvo-vlada-otsynila-ekonomichnu-situatsiju-na-kharkivshchyni-877807.html>. [in Ukrainian].
34. Pro derzhavnu pidtrymku investycijnyh proektiv zi znachnymy investycijamy. Zakon Ukrainy № 1116-IX vid 17.12.2020 r. [About state support of investment projects with significant investments. Law of Ukraine № 1116-IX dated December 17, 2020] <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1116-20#Text> [in Ukrainian].
35. *Abo Bolgarija, abo Italija. Ahmetov obyraye, de pobuduvaty novyj metkombinat. [Either Bulgaria or Italy. Ahmetov chooses where to build a new metal plant.] biz.nv.ua*. 2022. <https://biz.nv.ua/ukr/markets/de-ahmetov-zbuduye-noviy-metkombinat-u-bolgariji-chi-italiji-ostanni-novini-50252208.html> [in Ukrainian].
36. Forbes UA: *Півроку війни – Метінвест між втратами та планами на майбутнє [Half a year of war - Metinvest between losses and plans for the future.] metinvest.media*. 2022. <https://metinvest.media/ua/page/forbes-ua-pv-roku-vyni--metinvest-mzh-vtratami-ta-planami-na-maybutn> [in English].
37. Making Global Trade Work for People. *Earthscan* Publications. 2003 341 p. [in English].
38. Sustainable Development Through FDI Induced Innovation and Technology Transfer. Dubai Government Achievements Exhibition. 30 March - 1 April 2015. [https://www.ema-germany.org/media/veranstaltungen/messen/2015/AIM/AIM2015\\_Brochure\\_EN.pdf](https://www.ema-germany.org/media/veranstaltungen/messen/2015/AIM/AIM2015_Brochure_EN.pdf) [in English].
39. Sidenko, V. R. (2014). Novi global'ni vyklyky ta i'h vplyv na formuvannja suspil'nyh cinnostej [New global challenges and their impact on the formation of social values]. *Ukrai'ns'kyj socium – Ukrainian society*, 1, 7-21. <https://doi.org/10.15407/socium2014.01.007> [in Ukrainian].
40. Ukrain's'kyj zavod iz vyrobnyctva «Bajraktariv» vypuskatyme novi nadsuchasni modeli BPLA. [The Ukrainian factory for the production of «Bayraktars» will produce new ultra-modern models of UCAVs] *5.ua*. 2022. <https://www.5.ua/ukrayina/ukrainskyi-zavod-iz-vyrobnytstva-bairaktariv-vypuskatyme-novi-nadsuchasni-modeli-bpla-284811.html> [in Ukrainian].
41. Goncharenko, D. O. (2021). Teoretychni pidhody ta metodologichni zasady rozvytku farmacevtyky Ukrainy v umovah jevropejs'koi' integracii'. [Theoretical approaches

- and methodological foundations of the development of pharmaceuticals of Ukraine in the conditions of European integration]. *Biznes Inform – Business Inform*, 5, 194-201. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-5-194-201> [in Ukrainian].
42. Salihova, O. B., & Kurchenko, O. O. (2020). Konceptual'ni zasady Strategii' rozbudovy tehnologoorijentovanyh startapiv v interesah innovacijnogo rozvytku ekonomiky Ukrainy [Conceptual principles of the Strategy for the development of technology-oriented start-ups in the interests of innovative development of the economy of Ukraine]. *Biznes Inform – Business Inform*, 9, 65-75. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-9-65-75>
  43. Baumol, W. J. (2002). Entrepreneurship, Innovation and Growth: The David-Goliath Symbiosis. *Journal of Entrepreneurial Finance and Business Ventures*, (Vol. 7. Issue 2), (pp. 1-10) [in English].
  44. The growth report: strategies for sustained growth and inclusive development. The Commission on Growth and Development. Washington, DC: World Bank. 198 p. [in English].
  45. U Minekonomiky hochut' zbil'shyty riven' VVP na dushu naselelnja do \$12 tysjach [The Ministry of Economy wants to increase the level of GDP per capita to \$12,000] *ukrinform.ua*. 2022. <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3568917-u-minekonomiki-hocut-zbilsiti-riven-vvp-na-dusu-naselenna-do-12-tisac.html> [in Ukrainian].

Надійшла до редакції: 03.10.2022.

Прийнято до друку: 17.10.2022.

Опубліковано онлайн: 23.12.2022.



Bosovska M., Boiko M., Bovsh L. Mizhnarodni programy strahuvannja u sferi gostynnosti. *Zovnishnja torgovlja: ekonomika, finansy, pravo*. 2022. № 6. S. 105-124. Serija. Ekonomichni nauky. [https://doi.org/10.31617/3.2022\(125\)07](https://doi.org/10.31617/3.2022(125)07)

УДК 339.9:368.98]:640.4

**БОСОВСЬКА Мирослава**,  
д. е. н., професор, професор кафедри  
готельно-ресторанного бізнесу  
Державного торговельно-економічного  
університету

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна  
ORCID: 0000-0002-6021-5228  
m.bosovskaya@knute.edu.ua

DOI: 10.31617/3.2022(125)07

**BOSOVSKA Myroslava**,  
Doctor of Sciences (Economics), Professor,  
Professor at the Department of Hotel and  
Restaurant Business  
State University of Trade and Economics

19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine  
ORCID: 0000-0002-6021-5228  
m.bosovskaya@knute.edu.ua

**БОЙКО Маргарита**,  
д. е. н., професор, завідувач кафедри  
готельно-ресторанного бізнесу  
Державного торговельно-економічного  
університету

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна  
ORCID: 0000-0003-0249-1432  
m.boyko@knute.edu.ua

**BOIKO Margaryta**,  
Doctor of Sciences (Economics),  
Professor, Head of Department of Hotel and  
Restaurant Business  
State University of Trade and Economics

19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine  
ORCID: 0000-0003-0249-1432  
m.boyko@knute.edu.ua

**БОВШ Людмила**,  
к. е. н., доцент, доцент кафедри готельно-  
ресторанного бізнесу  
Державного торговельно-економічного  
університету

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна  
ORCID: 0000-0001-6044-3004  
l.bovsh@knute.edu.ua

**BOVSH Liudmyla**,  
PhD (Economics), Associate Professor,  
Associate Professor at the Department of  
Hotel and Restaurant Business  
State University of Trade and Economics

19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine  
ORCID: 0000-0001-6044-3004  
l.bovsh@knute.edu.ua

## МІЖНАРОДНІ ПРОГРАМИ СТРАХУВАННЯ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

**Вступ.** Воєнна агресія та продовження пандемії коронавірусу призвели до глибокої економічної депресії у бізнесі, зокрема й втрати майна та майбутні перспективи.

**Проблема.** Актуальним завданням є розробка тактики страхування та пріоритетних страхових продуктів, які допоможуть захистити та відновити бізнес шляхом компенсаційних виплат, що зумовило актуальність статті.

**Метою** дослідження є формулювання напрямів страхування як інструментів компенсаційного захисту від зовнішніх загроз і ризиків.

**Методи.** Застосовано загальнонаукові та аналітичні методи дослідження.

**Результати.** Здійснено ідентифікацію суб'єктів та об'єктів страхування в умовах зовнішніх викликів, загроз і нестабільності. Розглянуто

## INTERNATIONAL INSURANCE PROGRAMS IN THE FIELD OF HOSPITALITY

**Introduction.** Military aggression and the prolongation of the coronavirus pandemic have created a deep economic depression for businesses, including property losses and future prospects.

**Problem.** The urgent task is to develop insurance tactics and priori insurance products that will help protect and further restore the business through compensation payments, which led to the relevance of the article.

**The aim** of the research is formulation of insurance directions as tools of compensatory protection against external threats and risks.

**Methods.** General scientific and analytical research methods are applied.

**Results.** The subjects and objects of insurance were identified in conditions of external challenges,

© Босовська М., Бойко М., Бовш Л., 2022

Робота виконана в рамках НДР «Прогнозування впливу туристичної системи на економіку країни» № 0122U001559.

Внесок авторів є рівнозначним.

напрями співпраці страховиків та суб'єктів гостинності. Проведено діагностику послуг страхових компаній і стану страхового ринку загалом. Надано рекомендації щодо диверсифікації страхових продуктів з урахуванням небезпек від воєнної агресії та коронавірусної пандемії.

**Висновки.** В умовах воєнного нападу й пандемії розвиток страхування та формування компенсаційного капіталу є перспективним завданням. Представлено науково обґрунтовані результати, які комплексно вирішують важливу теоретико-прикладну проблему розвитку та впровадження страхування й диверсифікації страхових продуктів: адаптацію до складних умов і запобігання фінансовим, операційним та репутаційним втратам. Суб'єктам готельного господарства варто розглянути всі можливі способи забезпечення бізнесу та перспектив його розвитку в післявоєнний період через страхові відшкодування.

**Ключові слова:** страхування, страховий продукт, суб'єкт гостинності, економічна безпека, цифровізація, Україна.

threats and instability. Areas of cooperation between insurers and hospitality entities were considered. Diagnostics of the services of insurance companies and the state of the insurance market as a whole have been carried out. Recommendations on diversification of insurance products are provided, taking into account the dangers of military aggression and the corona virus pandemic.

**Conclusion.** In the conditions of a military attack and the escalation of the pandemic, the development of insurance and the formation of compensation capital is a promising task. Scientifically based results are presented that comprehensively solve an important theoretical and applied problem of the development and implementation of insurance and diversification of insurance products: adaptation to difficult conditions and prevention of financial, operational and reputational losses. The subjects of the hotel industry should consider all possible ways of ensuring business and development prospects in the post-war period through insurance reimbursements.

**Keywords:** insurance, insurance product, hospitality entity, economic security, digitalization, Ukraine.

JEL Classification: K23; F52; H56; D73.

**Конфлікт інтересів:** Автори заявляють, що вони не мають фінансових чи нефінансових конфліктів інтересів щодо цієї публікації; не мають відносин із державними органами, комерційними або некомерційними організаціями, які могли б бути зацікавлені у поданні цієї точки зору. З огляду на те, що автори працюють в установі, яка є видавцем журналу, що може зумовити потенційний конфлікт або підозру в упередженості, остаточне рішення про публікацію цієї статті (включно з вибором рецензентів та редакторів) приймалося тими членами редколегії, які не пов'язані з цією установою.

**Вступ.** Сфера гостинності розвивається наразі в умовах глобальних викликів, цивілізаційних і геостратегічних загроз та згорання масштабів бізнесу, які спричинені повномасштабним вторгненням російського агресора на територію незалежної держави. Це призвело до впровадження воєнного стану в Україні, економічних та соціальних руйнувань, знищення інфраструктури, цивільних об'єктів, туристичного потенціалу, туристичних об'єктів та атракцій. При цьому актуальною загрозою залишається коронавірусна пандемія, що зумовила негативні кон'юнктурні коливання на ринку туристичних послуг через закриття кордонів, введення обмежень на подорожі, зупинення міжнародних туристичних потоків. У цьому контексті середовище функціонування суб'єктів гостинності стало непрогнозованим для оцінювання ймовірних втрат і ризиків через зростання обсягів руйнувань та невизначеність термінів завершення воєнних дій. Однак будь-яка криза призводить не лише до втрат і викликів, а й створює нові можливості та формує перспективи.

**Проблема.** Проблематичність визначення параметрів і таймфрейму факторів середовища функціонування економічних суб'єктів, зокрема й у сфері гостинності, спонукають до пошуку механізмів економічного захисту бізнесу, розроблення технологій мінімізації ризиків, зниження тотальних репутаційних і фінансових втрат. Засобом релокації бізнесу у сфері гостинності, розвитку та відновлення туризму має стати

реалізація страхових програм. Недовіра до агентів страхового ринку, що сформувалась під впливом недобросовісної діяльності певних страхових компаній, створила бар'єри для виконання дієвих рішень щодо управління ризиками. В умовах, що склались, страхування має бути ефективним інструментарієм гарантування безпеки бізнесу у сфері гостинності та захисту споживачів, а отже дієвим механізмом зниження підприємницьких і споживчих ризиків, що виникають під час здійснення підприємницької діяльності та реалізації туристичних продуктів. Тож проблематика дослідження процесів нівелювання ризиків, забезпечення безпеки у сфері гостинності, напрямів співпраці суб'єктів гостинності та страхових агентів у воєнних і повоєнних умовах є актуальною.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Наукова проблематика страхування є важливою частиною досліджень фінансових та економічних аспектів функціонування страхового ринку [1–3], у фокусі яких також визначення правових засад формування взаємовідносин суб'єктів страхування з позиції розроблення та дотримання адміністративно-правових норм і вимог [4–7]. Зокрема у працях О. Ледвій [7] розроблено методологію реалізації правових відносин у межах правового поля України; вченими І. Проць [6], Ю. Анісімовою [5] розглянуто питання правового регулювання договорів страхування, укладених в електронній формі. З огляду на пандемічну кризу важливими для усвідомлення значущості страхування є науковий внесок І. Кривцун [8] про тренди й ризики, з якими працюють страхові компанії в цифровому середовищі.

Проблематика страхування у сфері гостинності обмежується визначенням різновидів і моделей страхування туристів, методичних підходів до страхування бізнесу та страхування в медичному туризмі [9–11]. Цікавими є дослідження У. Андрусів [4], присвячені реалізації юридичних практик і забезпеченню правового регулювання відносин між суб'єктами страхового ринку.

Водночас питання комплексного дослідження концептуальних, аналітичних та прикладних аспектів страхування у сфері гостинності потребують більш глибокого висвітлення. Необґрунтованість методологічного базису страхування у сфері гостинності й вагомість вирішуваних управлінських завдань щодо активізації страхування через диверсифікацію страхових програм з урахуванням глобальних викликів і загроз, зокрема небезпек від воєнного вторгнення, бойових дій та епідеміологічної коронавірусної пандемії, зумовили вибір теми цієї статті. Критичне осмислення пулу теоретичних здобутків у сфері страхування та наявність численних дискурсів свідчить про науковий інтерес до проблематики. Фрагментарність та дискусійність теоретичних і методичних розробок та відсутність прикладних рекомендацій обмежує можливості їхнього застосування у діяльності суб'єктів гостинності. Вагомість управлінських завдань щодо активізації розвитку сфери гостинності в умовах глобальних зовнішніх загроз,

неспроможність суб'єктів вчасно реагувати на ризики та самостійно формувати захисні механізми протидії обумовлюють потребу розроблення технологій компенсаційного захисту, що визначило вибір теми та формування мети статті.

**Метою** статті є розроблення теоретичних і прикладних засад страхування як інструменту компенсаційного захисту суб'єктів гостинності від зовнішніх загроз та ризиків.

**Методи.** Дослідження ґрунтується на інтерпретації моделей співпраці суб'єктів гостинності та страхових компаній у контексті визначення об'єктів страхування (формування портфелю програм страхування), учасників страхових відносин і механізмів компенсацій (грошових відшкодувань, страхових премій) за страховими випадками. У зазначеному контексті теоретичні здобутки доповнені поняттям «страхування у сфері гостинності», що проявляється через комплекс відносин між страховиком (страховою компанією) і страхувальником – вигодонабувачем (суб'єкт гостинності або споживач послуг гостинності) щодо забезпечення часткової чи повної грошової компенсації втрачених матеріальних цінностей або нематеріальних втрат (здоров'я, життя, майнових об'єктів, відповідальності, зобов'язань, репутації тощо). Стан та потенціал страхового ринку оцінено методом ґепу – співставлення страхових премій зі страховими виплатами та, з огляду на перспективи фінансової безпеки страхових відносин, зіставленням суми страхових премій і страхових резервів зі страховими виплатами. Отримання позитивного ґепу дає змогу висунути гіпотезу про перспективи розвитку страхування та наявність потенціалу для зростання капіталу страхового ринку, а також формування передумов для розвитку страхових відносин у сфері гостинності та диверсифікації страхових пропозицій.

За формування вибірки страхових компаній для оцінювання перспектив співпраці з суб'єктами гостинності обрано ті, що мають пропозиції страхових програм для сфери гостинності. Показники розвитку страхового ринку визначались як за результатами економічного аналізу статистичної інформації, так і на основі даних експертних оцінювань (рейтингування компаній онлайн-платформами Національного банку України, *Insurance Top*, *Forinsurer.com* тощо). Окрім економічного аналізу пропозицій страховиків, проведено моніторинг рівня диверсифікації страхових послуг.

**Результати дослідження.** Економічні суб'єкти в Україні функціонують у кризових умовах, тому для забезпечення оптимальної ефективності діяльності переважно застосовують стратегію економії витрат. З іншого боку, на їхню діяльність впливають чинники макрорівня (війна, пандемія тощо), які вносять значний дисонанс у функціонування систем менеджменту та несуть пряму загрозу економічній безпеці бізнесу [12] (перспектив функціонування туристичних дестинацій і суб'єктів гостинності, реалізації стратегій розвитку

підприємств, можливостей формування та реалізації туристичних продуктів, використання туристичних ресурсів та інфраструктури тощо). Тому в умовах поглиблення ризиків діяльності суб'єктів гостинності актуалізуються проблеми дослідження ризиків та механізмів компенсації втрат, зокрема завдяки системі страхування.

Управління ризиками у сфері гостинності пов'язане безпосередньо із забезпеченням безпеки споживачів, персоналу, бізнесу та майна. Зовнішні фактори, що формують ризикове поле, пов'язані з усвідомленням викликів, наявністю загроз, невизначеністю внутрішнього та зовнішнього середовища діяльності, впливом випадкових обставин, що створює вірогідність збитків.

В умовах, що склались, існує нагальна потреба реагувати на зовнішні та внутрішні виклики й відшкодувати збитки, що завдаються через вплив непередбачуваних і непрогнозованих обставин та факторів. Відносини, що складаються в суспільстві з приводу забезпечення безпеки туристів, якості та безперервності процесів обслуговування у сфері гостинності, безперервності роботи суб'єктів сфери гостинності, мають об'єктивний характер та у своїй сукупності формують семантичний зміст «страхового захисту».

У фокусі активних досліджень наукової спільноти – правові та економічні аспекти співпраці суб'єктів гостинності та страховиків [4; 9; 10]. Відповідно до аналітичних висновків [13–15] реальні страхові пропозиції є досить обмеженими, вони охоплюють лише туристичні формальності, страхування від *COVID-19* та страхування майна. Виклики для сфери гостинності, спричинені воєнними діями, потребують внесення коректив в окреслення та диверсифікацію об'єктів страхування, що має враховувати особливі умови діяльності економічних суб'єктів у кризових і післякризових умовах, коли відшкодування збитків стає політикою збереження фінансового та репутаційного капіталу. До того ж участь страховиків у процесі відшкодування збитків і втрат передбачається з позиції як оцінювання, так і розроблення дієвих механізмів компенсації та контролю. Зазначене потребує встановлення аналітичних передумов і визначення методичних засад щодо формування, організації та реалізації страхових відносин у сфері гостинності.

Етимологія дефініції «страхування» має латинське походження (від *en* та *seur* (*sure*), що означає безпечний, надійний) і тлумачиться як спосіб управління ризиками з метою зменшення або компенсації втрат у разі настання несприятливих (страхових) подій. З погляду права страхування є комплексним правовим інститутом, що регулюється нормами конституційного, цивільного, фінансового, адміністративного, трудового права та нормами соціального забезпечення [16]. З економічного погляду майнові інтереси у відносинах зі страхування, зокрема й у сфері гостинності, спрямовані на часткове чи повне забезпечення безпеки (цінності), відшкодування втрат об'єкта страхування. Тобто

страхувальник (вигодонабувач), яким може бути як суб'єкт туристичної діяльності, так і споживач туристичного продукту, отримує фінансові компенсації, що спрямовуються на подолання несприятливих обставин, які зумовлені страховим договором в обмін на певну оплату за ризик (страхову премію).

Щодо формування та реалізації системи страхування у сфері гостинності, доцільною є систематизація інтересів суб'єктів за об'єктами страхування (рис. 1), які охоплюють такі цільові групи: майно, споживачі, персонал, відносини.



**Рис. 1. Пул об'єктів страхування у сфері гостинності**

*Джерело:* складено авторами.

Об'єкти страхування (рис. 1) дали змогу сформуванню пропозиції програм страхування у сфері гостинності (табл. 1) та визначити їхній рейтинг за перспективами використання.

*Таблиця 1*

**Рейтингове оцінювання пропозиції страхового ринку для суб'єктів гостинності в Україні, 2021–2022 рр.**

<i>Non-life</i> страхування	Рейтинг	<i>Life</i>	Рейтинг
Майна	1	Медичне страхування туристів (клієнтів)	1
Бізнесу	2	Покриття ризиків захворювання та інфікування (зокрема COVID-19)	2
Товарних запасів	3	Страхування від нещасних випадків	3
Транспортних засобів (КАСКО)	4	Добровільне медичне страхування персоналу	4
Електронного обладнання	5	Асистанс-страхування	5
Збитків від перерви в комерційній діяльності	6		
Професійної відповідальності: власника бізнесу перед персоналом	7		
перед клієнтами	8		
перед стейкхолдерами	9		

*Джерело:* складено авторами за [14; 17].

Процес формування та розвитку страхових відносин суб'єкта гостинності потребує розроблення моделі реалізації страхових відносин, яку необхідно формалізувати у контексті таких *методологічних етапів*: стратегічна діагностика кон'юнктури страхового ринку (підготовчий); обґрунтування перспективності страхових відносин; вибір страхових партнерів та укладення договорів (проектний); реалізація страхових відносин (організаційно-управлінський); оцінювання та контроль результативності (діагностико-аналітичний); розвиток та трансформація страхових відносин (компліментарний) (табл. 2).

Таблиця 2

**Методологічні засади формування та розвитку страхових відносин у сфері гостинності на засадах компліментарності**

Етап	Методологія	Блок	Методики, бізнес-процеси
1. Підготовчий	Методологічні засади діагностики кон'юнктури страхового ринку	1	Стратегічний аналіз пропозицій страхового ринку
		2	Аналіз впливу нормативно-правового забезпечення страхових відносин
		3	Оцінювання зовнішніх і внутрішніх ризиків
2. Проектний	Методологічні основи обґрунтування страхових відносин; вибір страхової компанії для співпраці	1	Обґрунтування необхідності страхового партнерства. Визначення пулу страхових потреб (на основі аналізу страхових ризиків), страхових інтересів
		2	Ідентифікація наявних відносин зі страховими компаніями, діагностика умов співпраці та страхових пропозицій потенційних партнерів
		3	Виявлення перспективних страхових компаній для співпраці (за об'єктами страхування)
		4	Формування портфеля страхових партнерів (вибір альтернатив за об'єктами страхування)
		5	Сегментація потенційних страхових компаній за умовами співпраці та страховими пропозиціями
3. Реалізаційний	Методологія реалізації страхових програм	1	Формалізація відносин (погодження умов співпраці, вибір способу, характеру, виду взаємодії; укладання договірних зобов'язань)
		2	Реалізація страхових відносин через програми страхування
4. Діагностико-аналітичний	Методологічні підходи до оцінювання та контролю результативності страхових відносин	1	Аналіз виконання існуючих договірних зобов'язань
		2	Комплексне оцінювання ефективності реалізації страхових програм
		3	Комплексний аналіз ефективності страхових відносин
5. Компліментарний	Методологічні засади розвитку страхових відносин	1	Підходи до оптимізації страхових відносин, удосконалення діяльності
		2	Трансформація страхових відносин за партнерами, програмами, умовами формалізації відносин

Джерело: складено авторами.

У межах реалізації *підготовчого етапу* розглянемо ключові індикатори розвитку страхового ринку – динаміку суб'єктів страхового бізнесу та ступінь диверсифікації страхових пропозицій. За даними Управління нагляду за страховим ринком Національного банку України [15], страховий ринок довоєнного періоду забезпечував помірний приріст страхових резервів на рівні +11.7 %, інші економічні показники (*табл. 3*) демонстрували неоднозначну динаміку. Аналітичні розрахунки свідчать про скорочення кількості страхувальників, проте на динаміці результативності їхньої діяльності це відобразилось позитивно.

Таблиця 3

**Показники функціонування страхового ринку України у динаміці за I півріччя 2020 – I півріччя 2021 рр.**

Показники	Державний реєстр фінансових установ (ДРФУ)	Ліцензіати	Страхові премії	Страхові виплати	Страхові резерви	Прийнятні активи
<b>I півріччя 2020 р.</b>						
	<i>кількість страховиків</i>		<i>млн грн</i>			
Усього, в тому числі:	215	209	21 008.0	7 278.6	31 359.1	47 341.0
<i>non-life</i>	195	190	18 714.0	7 021.1	20 085.1	34 044.0
<i>life</i>	20	19	2 293.9	256.5	11 274.1	13 297.0
<b>I півріччя 2021 р.</b>						
	<i>кількість страховиків</i>		<i>млн грн</i>			
Усього, в тому числі:	181	177	24 779.8	8 703.3	35 030.9	51 538.1
<i>non-life</i>	162	158	22 079.8	8 327.3	21 931.3	36 100.5
<i>life</i>	19	19	2 700.0	376.0	13 099.6	15 437.6
<b>Темп росту, %</b>						
Усього, в тому числі:	84.2	84.7	117.9	119.6	111.7	108.9
<i>non-life</i>	83.1	83.2	117.9	118.6	109.2	106.0
<i>life</i>	95,0	100	117.7	146.5	116.2	116.1

*Джерело:* складено авторами за аналітичними матеріалами Національного банку України [15].

Для діагностики результативності використання економічного потенціалу страховиків на *проектному етапі* здійснимо визначення та співставлення обсягів страхових премій (оплачених страхових послуг), страхових виплат (виплачених страхових компенсацій) та страхових резервів (накопичених фінансових забезпечень страхових компаній) за I півріччя 2020 р. та I півріччя 2021 (*рис. 2*).

Візуальна демонстрація показує, що страховики мають достатнє забезпечення для розвитку своєї діяльності, адже фінансовий геп є позитивний в обох умовах зіставлення, зокрема для розвитку міжнародних програм у сфері гостинності.





**Рис. 2. Динаміка обсягів фінансового забезпечення страхових компаній та страхових виплат економічним суб'єктам України за I півріччя 2020 р. – I півріччя 2021 р., млн грн**

*Джерело:* складено авторами за аналітичними матеріалами Національного банку України [18].

Досліджуючи страхування окремих програм у сфері гостинності, доцільно здійснити рейтингування учасників страхового ринку за споживчими сегментами. Пропонуємо розглянути сектор медичного страхування туристів (табл. 4), який визначено пріоритетним видом туристичної діяльності за рекомендаціями ЮНВТО.

*Таблиця 4*

**Рейтингування страхових компаній України у сегменті страхування туристів (виплати за договорами медичного страхування), 2021 р.**

Рейтинг	Назва	Премії	Виплати	Маржа (фінансовий геп)
		тис. грн		
1	Європейське туристичне страхування	232 904	44 131	188 773
2	ВУСО	219 899	58 360	161 539
3	Гардіан	168 029	3 805	164 224
4	PZU Україна	151 094	18 152	132 942
5	Провідна	103 512	2 042	101 470
6	Княжа	91 303	4 442	86 861
7	ТАС СГ	80 541	17 193	63 348
8	Інноваційний страховий капітал	43 157	464	42 693
9	Еталон	39 866	766	39 100
10	ARX	34 616	5 811	28 805
<i>Усього</i>		<i>1 164 921</i>	<i>155 166</i>	<i>1 009 755</i>

*Джерело:* складено авторами за аналітичними матеріалами *Forinsurer.com* [13].

З огляду на пріоритетність розвитку страхових відносин у сфері гостинності та достатній рівень фінансових можливостей страхового

ринку сформуємо проєкцію диверсифікації пулу пропозицій з урахуванням ризиків, що несуть загрозу економічній безпеці суб'єкту гостинності (економічна безпека – це комплексне динамічне явище, яке актуалізується з розвитком інноваційних технологій та виникненням зовнішніх загроз, що можуть бути прогнозованими й непрогнозованими).

Повномасштабне воєнне вторгнення росії в Україну спричинило значні втрати для економіки (за розрахунками експертів, загальний обсяг прямих задокументованих збитків на кінець квітня 2022 р. становив 88 млрд дол. США, обсяг загальних втрат з урахуванням зниження ВВП, припинення інвестицій, відтоку робочої сили може досягти 600 млрд дол. США) [19], що безпосередньо стосуються та масштабуються у сфері гостинності (знищення інфраструктурних і туристичних об'єктів, зупинення або призупинення діяльності у сфері гостинності, переведення діяльності суб'єктів гостинності на волонтерські засади). Економічна безпека у такому випадку охоплює два аспекти: *економічні* (прямі та непрямі) і *репутаційні* втрати бізнесу. Руйнування та знищення інфраструктури міст (Харків, Херсон, Маріуполь, Ірпінь, Буча та інші) формують страхові випадки міжнародного рівня, які фіксуються й мають перспективу погашень унаслідок контрибуції та репарацій [20]. Репутаційні та операційні ризики, що стосуються співпраці з країнами-агресорами (туристичний продукт, стратегічне партнерство, міжнародні туристи з країни-агресора або країн, які лояльні до агресора) мають наслідки у вигляді санкцій, додаткових перевірок правоохоронними та контрольними органами, а також втрати лояльності клієнтів (особливо якщо це міжнародний бренд) [21; 22].

До початку воєнних дій тренди розвитку ринку послуг гостинності та страхового ринку демонстрували стійку тенденцію до зростання обсягів діяльності та диверсифікації страхових програм, а також цифровізації процесів реалізації страхових відносин, тож прогнозуємо, що відновлення сфери гостинності потребуватиме трансформації страхової системи, до того ж страхові пропозиції мають бути більш диверсифікованими та враховувати зовнішні ризики у системі економічної (зокрема й цифрової) безпеки бізнесу та споживачів (табл. 5).

Таблиця 5

**Детермінанти цифрових ризиків у системі економічної безпеки суб'єктів гостинності**

Джерело ризику	Об'єкт страхування	Витрати, що покриваються
<b>Прямі збитки</b>		
Персонал, конкуренти, кіберзлочинці (цільова атака, сприяння цільовій атаці)	Інформаційні системи і технології, бази даних, комерційна інформація	Порушення інформаційної безпеки через ураження вірусами, знищення, модифікацію або видалення інформації, фізичну крадіжку або втрату обладнання; пошкодження програмного забезпечення або комп'ютерів; крадіжка або знищення інформації

Джерело ризику	Об'єкт страхування	Витрати, що покриваються
<b>Прямі збитки</b>		
Постачальники інформаційних послуг, компаній-фасилітатори, техногенні ситуації	Перерва в комерційній діяльності	Збитки від збою чи припинення роботи в мережі; збитки і відшкодування втрачених доходів унаслідок порушення в роботі ІТ-системи, мережі та веб-сайтів через кібератаки
<b>Збитки, завдані третім особам</b>		
Персонал, конкуренти, кіберзлочинці (кіберінцидент)	Відповідальність за збереження даних	Витрати на юридичний супровід, покриття суми штрафів і стягнень; позовні витрати у зв'язку з відповідальністю щодо злому бази даних конфіденційної інформації
<b>Консалтингові послуги</b>		
Кіберзлочинці	Відповідальність за збереження даних	Повідомлення клієнтів/стейкхолдерів, судова експертиза, експертна підтримка
<b>Додаткові витрати</b>		
Зовнішні та внутрішні споживачі інформації	Інформаційна безпека	Відновлення даних; витрати на відновлення програмного забезпечення; витрати на юридичний супровід, покриття суми штрафів і стягнень у зв'язку з порушеннями конфіденційної інформації
Соціальні медіа, дистрибутори, маркетплейси тощо	Відповідальність за інформаційний контент	Збитки страхувальника спричинені публічним розкриттям інформації в результаті недостовірної заяви, недостовірної реклами, інформації тощо
Зовнішні та внутрішні споживачі інформації (цільова / нецільова атака)	Конфіденційні дані суб'єкта гостинності, клієнтів, партнерів	Збитки від втрати грошових коштів і активів страхувальника, які відбулися шляхом застосування технологій фішингу, вішингу, картингу, фармінгу

Джерело: складено авторами за [16; 23; 24].

Суб'єкти гостинності в умовах нового виду кризи також залучені до інформаційної війни задля збереження репутації та підтримки економіки України у супротиві російській руйнівній агресії [18; 25]. Цифрові ризики посилюються інформаційним спамінгом неперевірених та перевірених повідомлень; дезорієнтуючими та неправдивими повідомленнями з фейкових акаунтів месенджерів. З огляду на зазначене кіберзахист, зокрема цифрове (інформаційно-аналітичне) страхування, стає однією зі стратегічних цілей економічної безпеки суб'єкта гостинності, зокрема у комунікативних системах, для недопущення операційних і репутаційних втрат [26]. Джерелами інформаційно-комунікативних ризиків є:

- персонал як носій бренду (у кризовій ситуації часто не має цілісної позиції та сценарію щодо реагування й дії, а тому може поширювати дезінформацію й чулки);
- партнери і контрагенти, які не розуміють внутрішніх процесів суб'єкта гостинності, можуть відмовитися від співпраці;

- *медійники і громадськість* (можуть поширювати невірогідні дані, непідкріплені коментарями й фактами);
- *клієнти*, комунікацію з якими можна цілком втратити.

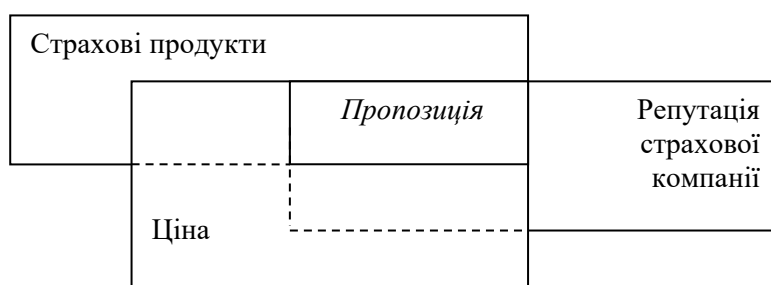
Тому страхуванню підлягають інтелектуальні (зокрема інформаційні) ресурси суб'єкта гостинності, які є основними інструментами комунікацій.

Отже, страхові послуги на *реалізаційному* етапі спрямовуються на компенсацію витрат на відновлення та захист інформації, цифрових технологій, розвиток інформаційних систем та забезпечення позитивної репутації суб'єкта гостинності, його клієнтоорієнтованості тощо. Тож вибір на користь страхування від цифрових (кібер-) небезпек визначатиме управлінські рішення щодо забезпечення інтересів та реалізації механізмів компенсаційного захисту системи менеджменту, власників і стейкхолдерів, зокрема й споживачів, у сфері гостинності. У разі виникнення страхового випадку у страхувальника (суб'єкта гостинності) можуть виникнути додаткові витрати, а саме: врегулювання наслідків кіберінциденту, інформування клієнтів, судова експертиза та експертна підтримка, юридичний супровід, покриття суми штрафів і стягнень тощо, які частково чи повністю (залежно від умов договору чи ступеню відновлення заподіяної шкоди) будуть покриті страховими компенсаційними виплатами.

Щодо оцінювання практики страхового цифрового захисту в Україні, варто зазначити, що для страхових компаній на національному ринку ніша страхування у сфері гостинності забезпечена частково (СК *ARX*, СК «Універсальна», СК «Уніка», СК «Українська страхова група», СК АСКА, СК «Інго», СК ПРО100, СК «Альянс» та інші) [17]. Щодо перспективності цього напрямку страхування, то на її користь свідчать результати досліджень *Reportlinker.com*, згідно з якими до 2024 р. збитки від кіберзагроз будуть оцінюватися в 6 трлн дол. США, зростатиме й рівень складності кіберзлочинів [27].

На тлі тотальної цифровізації бізнесу, а також подолання наслідків воєнних дій, важливим аспектом майбутньої співпраці суб'єктів гостинності зі страховиками є правильне позиціонування страхових послуг та програм, які демонструватимуть взаємну вигоду від співпраці та високу ефективність у подоланні страхових випадків та відшкодування збитків, зокрема й кібер-страхування. Отже, страховики мають перспективи для розвитку і диверсифікації страхових пропозицій, що дасть змогу масштабувати діяльність; суб'єкти гостинності, зі свого боку, забезпечать економічну безпеку через використання страхових механізмів ризикозахищеності бізнесу; споживачі зможуть отримати якісний та безпечний туристичний продукт.

Стратегія позиціонування реалізується на *діагностично-аналітичному* етапі та фокусується на пропозиціях страхової компанії (рис. 3).



**Рис. 3. Формування пропозиції страхових продуктів**

Джерело: розроблено авторами за [28].

Загалом пропозиції щодо позиціонування страхових послуг і програм страховика мають базуватися на попередньому проведенні *АВС-аналізу*, що дасть змогу визначити пріоритетні стратегічні орієнтири – страхові продукти, які варто просувати на ринок (рис. 4).



**Рис. 4. Алгоритм АВС-аналізу страхових продуктів та пропозицій (СПП)**

Джерело: складено авторами за [28; 29].

Концепція *АВС-аналізу* у поєднанні з принципом Парето дозволяє зробити висновок, що на 20 % «*А-продуктів*» страхових програм (страхових пропозицій) припадає 80 % страхового гепу; на 30 % «*В-продуктів*» – 15 %; на 50 % «*С-продуктів*» – 5 % річної споживної вартості [29]. У *табл. 6* з урахуванням обсягу наданих страхових послуг визначено частку кожного страхового продукту в загальній виручці та здійснено ранжування страхового продукту за категоріями *А, В* чи *С*.

Таблиця 6

**Категорії страхових продуктів за основними критеріями**

Критерії	Категорія страхового продукту		
	А	В	С
Частка у виручці, %	10	20	70
Цінність, %	70	20	10
Сток-контроль	суворий	помірний	вільний

Джерело: складено авторами за [29].

Варто зазначити, що *ABC*-аналіз забезпечує можливість формування цінової політики на страхові продукти за критерієм цінності (результативності) для компанії. Так, зростання попиту на певні страхові продукти вказує на потенційну можливість підвищити ціну. Управління пулом страхової пропозиції може здійснюватись через розвиток програм перестраховування, передачу ризиків одному з партнерів суб'єкта гостинності. Це сприятиме зменшенню витрат на страхування та нівелює ризики, пов'язані з високими страховими виплатами. Саме аналіз *ABC* дає змогу суб'єктам гостинності встановлювати рівні обслуговування на основі варіативності страхових послуг у туристичному продукті, що підвищує якість сервісу та результативність діяльності суб'єктів гостинності. В умовах цифровізації бізнесу диверсифікація ризиків відбувається через розвиток відносин з дистрибуторами, маркетплейсами, байерами у соцмережах тощо. Модель взаємовигідної співпраці на цифровому ринку страхових послуг можна представити через концепцію 5 конкурентних сил Портера [30] (рис. 5).



**Рис. 5. Модель співпраці на ринку страхових послуг за М. Портером**

*Джерело:* складено авторами за [30].

З огляду на зазначене побудуємо матрицю взаємовідносин *CPN-CDD* для позиціонування страхових продуктів (табл. 7).

**Матриця CPN-CDC позиціонування страхових продуктів у моделі взаємовідносин зі стейкхолдерами**

CPN	CDC		
	Центрове позиціонування ( <i>central</i> )	Диференційоване позиціонування ( <i>differentiated</i> )	Суміжне позиціонування ( <i>contiguous</i> )
Позиціонування по споживачу ( <i>consume</i> )	Спеціалізовані категорії споживачів (медики, спортсмени, туристи тощо)	Страхові продукти за напрямками страхування: асортиментний ряд <i>non-life / life</i> тощо	Інноваційні страхові продукти (асистент-, кіберстрахування, AI тощо, ризиків цифрових інновацій тощо)
Позиціонування по продукту ( <i>product</i> )	Спеціалізовані продукти компанії	Страхові продукти для VIP-клієнтів, корпоративні продукти тощо	Небанківські фінансові продукти для інвестування/кредитування, стартапінг тощо
Позиціонування за потребами/вигодами ( <i>need</i> )	Фокусування на репутації компанії та рейтингах	Фокусування на взаємній вигоді та суб'єктивних цінностях (страхування взаємних ризиків та вигод) тощо	Фокусування на забезпеченні безпеки (страхові продукти з асортиментного ряду економічної безпеки страхувальника), послуги пере-страхування тощо

Джерело: узагальнено авторами.

Отже, на ринку цифрових страхових послуг позиціонування може реалізовуватись через охоплення цільової аудиторії такими каналами: пошукові системи, соціальні медіа та блогінг, контекстна реклама, месенджери та чат-боти. Тож модель планування комунікації з користувачем (*RACE*) охоплює всі «точки дотику» з клієнтами: дослідження (*research*) – клієнт потрапляє на рекламне оголошення; дія (*act*) – заходить на сайт та вивчає страхові пропозиції та продукти; конверсія (*convert*) – робить замовлення; залучення (*engage*) – потрапляє у програму лояльності або підписується на соцмережі страхової компанії, що демонструє ефективність вкладених зусиль у розробку страхового продукту, його просування та комунікацію з клієнтом, спрямовану на тривалі взаємовідносини.

**Висновки.** Управління економічними та репутаційними ризиками у сфері гостинності, пов'язаними із забезпеченням безпеки споживачів, персоналу, бізнесу та майна, на тлі зовнішніх викликів та загроз потребує вирішення важливої теоретичної та прикладної проблеми розробки та реалізації ефективних систем і механізмів страхування.

У статті представлено науково обґрунтовані результати, які комплексно забезпечують розробку та реалізацію ефективних систем і механізмів страхування. Зокрема окреслено об'єкти страхування та виокремлено практичні напрями співпраці, учасниками яких визначено

страховиків (страхові компанії) та страхувальників (суб'єкти гостинності); предметом – матеріальні, нематеріальні та фінансові ризики втрат; об'єктами – майно, споживачі, персонал, відносини. Процес формування та розвитку страхових відносин суб'єкта гостинності передбачає здійснення стратегічної діагностики кон'юнктури страхового ринку; обґрунтування перспективності страхових відносин; вибір страхових партнерів та укладення договорів; реалізацію страхових відносин через реалізацію страхових договорів; оцінювання та контроль результативності страхових відносин; розвиток та трансформація страхових відносин.

Також охарактеризовано потенціал страхового ринку України та перспективи його розвитку на основі диверсифікації пулу страхових продуктів з урахуванням зовнішніх викликів – воєнної агресії та цифровізації економічного середовища.

Отримані результати дали змогу ідентифікувати цифрові ризики, сформовані як результат епідеміологічних криз, воєнних дій, кіберзагроз у сфері гостинності, зокрема технологій, застосування яких спричиняє крадіжку і використання конфіденційних даних суб'єкта гостинності, його клієнтів, партнерів.

Врахування перерахованих ризиків потребує розроблення сценаріїв протидії та мінімізації фінансових втрат від їх настання шляхом диверсифікації програм страхування через охоплення страховими випадками таких об'єктів: системи цифрових комунікацій (сайт, соціальні сторінки, блоги); електронні мережі (системи бронювання та реєстрації); електронна пошта; хмарні сервіси; інтегровані розрахункові та інформаційно-комунікаційні системи; об'єкти ІТ-інфраструктури (сервери, ПК, ноутбуки, смартфони) тощо.

Застосування страхування як компенсаційного механізму забезпечення ризикозахищеності бізнесу набуває вирішального значення для визначення подальших перспектив розвитку сфери гостинності завдяки можливості ідентифікації потенційного впливу зовнішніх ризиків та загроз, побудови відповідних систем їх компенсації, що створить передумови повоєнного відновлення туризму в Україні.

У перспективі проблематика страхування потребуватиме розвитку в напрямках визначення ефективності інноваційних видів та програм страхування у туризмі; позиціонування страхових послуг та програм, які демонструватимуть взаємну вигоду від співпраці та високу ефективність у подоланні страхових випадків та відшкодування збитків, зокрема й від кіберзагроз.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Murata T. (2019). Traditional Insurance and Cost Effective Risk Finance. *Hokengakuzasshi (JOURNAL of INSURANCE SCIENCE)*, 2019(645), 645\_49–645\_73. URL: [http://doi.org/10.5609/jsis.2019.645\\_49](http://doi.org/10.5609/jsis.2019.645_49).
2. Onisiforova V., Ostapenko L. (2018). Оцінювання ефективності витрат на корпоративне медичне страхування. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*, 1(20), С. 127. URL: <http://doi.org/10.30977/ppb.2226-8820.2018.20.0.127>.



3. Trynchuk V., Kaigorodova G., Alyakina D., Pyrkova G., Mustafina A. (2018). Investment activity of insurers and the state economic growth//Montenegrin Journal of Economics, Vol. 14, No. 4, pp.109-123. URL: <http://doi.org/10.14254/1800-5845/2018.14-4.8>.
4. Andrusiv U. B. (2020). Legal regulation of insurance in tourism. *Publishing House «Baltija Publishing»*. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/35/540/1148-1>.
5. Анісімова Ю. В. (2021). Актуальні проблеми страхових правовідносин. *Сумський державний університет*, 205. URL: [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/83806/1/Reformuvannia pravovoi systemy 2021.pdf#page=205](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/83806/1/Reformuvanniapravovoi%20systemy%202021.pdf#page=205).
6. Проць І. М. (2021). Правова природа правовідносин у сфері страхування: адміністративно-правовий аспект. URL: <http://dspace.lvduvs.edu.ua/handle/1234567890/3921>.
7. Ледвій О. І. (2020). Державна політика у сфері страхування: адміністративно-правовий вимір. *Право.ua*, (3), 83–88. URL: <http://doi.org/10.32782/law.ua.2020.3.13>.
8. Kryvtsun I. M. (2018). Modern insurance: trends and risks. *Economy and Society*, (19). URL: <http://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-19-158>.
9. Chun, W. H. (2020). A study on travel insurance related with tourism – A study on disputed cases related with insurance accidents under travel insurance. *Korean Insurance Law Association*, 14(3), 247–278. URL: <http://doi.org/10.36248/kdps.2020.14.3.247>.
10. Січка І. (2020). Особливості страхування готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Східна Європа: економіка, бізнес та менеджмент*, (1(24)). URL: <http://doi.org/10.32782/easterneurope.24-12>.
11. Костенко Т.А., Скотолук В.В., Заволока Л.О. (2018). Стан та перспективи розвитку медичного страхування в Україні з урахуванням іноземного досвіду. *Молодий вчений*. 2018. №5. С. 721-725.
12. Босовська М.В. (2021) Дистанційний курс та відео-уроки дисципліни «Управління якістю та безпекою в туризмі» на онлайн-платформі «Prometheus», Національна туристична організація України (НТО України). URL: <https://cutt.ly/VnId62j>.
13. Forinsurer.com. Рейтинг страхових компаній України. URL: <https://forinsurer.com/ratings/nonlife> (дата звернення: 03.12.2021).
14. Hotline.Finance. Страхування онлайн URI [https://hotline.finance.ua/insurance-all?gclid=Cj0KCQiAnuGNBhCPARIsACbnLzpiuo2LTkXuqOOA7APPv2cgisas2IFoIneJ3tXN2logBH4aE3J4fQaAivVEALw\\_wcB](https://hotline.finance.ua/insurance-all?gclid=Cj0KCQiAnuGNBhCPARIsACbnLzpiuo2LTkXuqOOA7APPv2cgisas2IFoIneJ3tXN2logBH4aE3J4fQaAivVEALw_wcB) (дата звернення: 01.12.2021).
15. Національний банк України. Огляд страхового ринку за I півріччя 2021 р. URL: [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/Insurance\\_market\\_review\\_first\\_half\\_2021\\_pr\\_2021-10-26.pdf?v=4](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Insurance_market_review_first_half_2021_pr_2021-10-26.pdf?v=4) (дата звернення 5.03.2022)
16. Приказюк Н. В., Л. С. Гуменюк (2020). Кібер-страхування як важливий інструмент захисту підприємств в умовах цифровізації економіки. *Ефективна економіка*, №4. URL: <http://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.4.6>.
17. Страховий адвокат. Кібератаки. Як захистити бізнес від нової зброї? URL: <https://www.insa.com.ua/uk/blog/kiberataki-kak-zashhitit-biznes-ot-novogo-oruzhiya/> (дата звернення: 09.12.2021).
18. Керуюча компанія Ribas Hotels Group – Home Facebook. URL: <https://www.facebook.com/ribasgroup/> (дата звернення 5.03.2022).
19. Kyiv School of Economics. Russia will pay URL: <https://kse.ua/russia-will-pay>
20. Ukrinform.ua. Агресори розбомбили готель «Україна» у центрі Чернігова. 12.03.2022 р. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3427188-agresori-rozbombili-gotel-ukraina-u-centri-chernigova.html>.
21. Zaborona.com. Які компанії покинули Росію на знак протесту. URL: <https://zaborona.com/rosiya-bez-ajfoniv-betmenu-ta-sportu-onlajn-zaborony-pro-sankcziyi-u-vidpovid-na-vijnu/>(date of access 5.03.2022).

22. Глоба Д. Ризики співпраці з російськими та білоруськими компаніями. 9.03.2022 р. URL: [https://youcontrol.com.ua/articles/stop-russia%20/?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=sotrudnichestvo\\_s\\_RF](https://youcontrol.com.ua/articles/stop-russia%20/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=sotrudnichestvo_s_RF).
23. Bovsh L., Bosovska M., Okhrimenko A. Compliance-strategizing of economic security of the business in digitalization conditions. *Herald of KNUTE*. 2021, № 6. URL: [http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2021\(140\)](http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2021(140)).
24. Мамонова Г., Позднякова Л. (2020). Особливості страхування кібер-ризиків. Міждисциплінарні наукові дослідження: особливості та тенденції – Том 2. URL: <http://doi.org/10.36074/04.12.2020.v2.12>.
25. Reikartz Hotel Group – Home | Facebook. URL: <https://www.facebook.com/reikartz.hotel.group/> (date of access 5.03.2022).
26. Улинець Н. Як вижити брендові у кризовій ситуації, або що робити, якщо медіа офіційно «поховали» компанію. URL: <https://executives.com.ua/yak-vyzyty-brendovi-u-kryzovii-sytuatsii/> (дата звернення 07.03.2022).
27. Reportlinker.com. Global Cyber Security Industry 2018-2022. URL: [https://www.reportlinker.com/market-report/Cybersecurity/517851/CyberSecurity?utm\\_source=adwords1&utm\\_medium=src&utm\\_campaign=Transportation&utm\\_adgroup=Cybersecurity\\_Reports&gclid=EAIaIQobChMIrvcv5nq3AIVx44YCh39Ww5eEAAAYASAAEgKx6vD\\_BwE](https://www.reportlinker.com/market-report/Cybersecurity/517851/CyberSecurity?utm_source=adwords1&utm_medium=src&utm_campaign=Transportation&utm_adgroup=Cybersecurity_Reports&gclid=EAIaIQobChMIrvcv5nq3AIVx44YCh39Ww5eEAAAYASAAEgKx6vD_BwE) (дата звернення: 09.12.2021).
28. Стратегічне маркетингове планування в страхових компаніях: монографія. І. Литовченко, О. Рулінська, Л. Новошинська, В. Баранова. Одеса: ИНВАЦ, 2014. 280 с.
29. Kabir A. (2017). ABC Analysis of Inventory. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/abc-analysis-inventory-aadnan-kabir-cscm%E1%B5%80%E1%B4%B9>.
30. Porter M. (2008). «The Five Competitive Forces That Shape Strategy». *Competitive strategy*. *Harvard Business Review*. 86 (1): 78–93, 137. PMID 18271320.

## REFERENCES

1. Murata, T. (2019). Traditional Insurance and Cost Effective Risk Finance. *Hokengakuzasshi (Journal of insurance science)*, 2019(645), 645\_49–645\_73. [http://doi.org/10.5609/jsis.2019.645\\_49](http://doi.org/10.5609/jsis.2019.645_49) [in Ukrainian].
2. Onisiforova, V., & Ostapenko, L. (2018). Ocinjuvannja efektyvnosti vytrat na korporatyvne medychne strahuvannja [Estimating the cost effectiveness of corporate health insurance]. *Problemy i perspektyvy rozvytku pidpryjemnyctva – Problems and prospects of entrepreneurship development*, (20). <http://doi.org/10.30977/ppb.2226-8820.2018.20.0.127> [in Ukrainian].
3. Trynchuk, V., Kaigorodova G., Alyakina D., Pyrkova G., & Mustafina A. (2018). Investment activity of insurers and the state economic growth//Montenegro. *Journal of Economics*, Vol. 14, 4, 109-123. <http://doi.org/10.14254/1800-5845/2018.14-4.8> [in English].
4. Andrusiv, U. B. (2020). Legal regulation of insurance in tourism. *Publishing House «Baltija Publishing»*. <http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/35/540/1148-1> [in English].
5. Anisimova, Ju. V. (2021). Aktual'ni problemy strahovyh pravovidnosyn [Actual problems of insurance legal relations]. *Sums'kyj derzhavnyj universytet – Sumy State University*, 205. [https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/83806/1/Reformuvannia\\_pravovoi\\_systemy\\_2021.pdf#page=205](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/83806/1/Reformuvannia_pravovoi_systemy_2021.pdf#page=205) [in Ukrainian].
6. Proc', I. M. (2021). Pravova pryroda pravovidnosyn u sferi strahuvannja: administratyvno-pravovyj aspekt [Legal nature of legal relations in the field of insurance: administrative and legal aspect]. <http://dspace.lvduvs.edu.ua/handle/1234567890/3921> [in Ukrainian].

7. Ledvij, O. I. (2020). Derzhavna polityka u sferi strahuvannja: administratyvno-pravovyj vymir [State policy in the field of insurance: administrative and legal dimension]. *Pravo.ua*, (3), 83-88. <http://doi.org/10.32782/law.ua.2020.3.13> [in Ukrainian].
8. Kryvtsun, I. M. (2018). Modern insurance: trends and risks. *Economy and Society*, 19. <http://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-19-158> [in English].
9. Chun, W. H. (2020). A study on travel insurance related with tourism – A study on disputed cases related with insurance accidents under travel insurance. *Korean Insurance Law Association*, 14(3), 247-278. <http://doi.org/10.36248/kdps.2020.14.3.247> [in English].
10. Sichka, I. (2020). Osoblyvosti strahuvannja gotel'no-restorannogo biznesu v Ukrai'ni [Features of hotel and restaurant business insurance in Ukraine]. *Shidna Jevropa: ekonomika, biznes ta menedzhment – Eastern Europe: Economy, Business and Management*, (1(24)). <http://doi.org/10.32782/easterneurope.24-12> [in Ukrainian].
11. Kostenko, T. A., Skotoljuk, V. V., & Zavaloka, L. O. (2018). Stan ta perspektyvy rozvytku medychnogo strahuvannja v Ukrai'ni z urahuvannjam inozemnogo dosvidu [The state and prospects of the development of medical insurance in Ukraine, taking into account foreign experience]. *Molodyj vchenyj – A young scientist*, 5, 721-725 [in Ukrainian].
12. Bosovs'ka, M. V. (2021). Dystancijnyj kurs ta video-uroky dyscypliny «Upravlinnja jakistju ta bezpekoju v turyzmi» na onlajn-platforni «Prometheus» [Distance course and video lessons of the discipline «Quality and safety management in tourism» on the online platform «Prometheus»]. *Nacional'na turystychna organizacija Ukrai'ny (NTO Ukrai'ny) – National Tourism Organization of Ukraine (NTO of Ukraine)*. <https://cutt.ly/BnId62j> [in Ukrainian].
13. *Forinsurer.com*. Rejtyng strahovyh kompanij Ukrai'ny [Rating of insurance companies of Ukraine]. <https://forinsurer.com/ratings/nonlife> (data zvernennja: 03.12.2021) [in English].
14. *Hotline.Finance*. Strahuvannja onlajn [Insurance online]. URI [https://hotline.finance/ua/insurance-all?gclid=Cj0KCQiAnuGNBhCPARIsACbnLzpiuo2\\_LTkXuqOOA7APPv2cgisas2IFoIneJ3tXN2logBH4aE3J4fQaAivVEALw\\_wcB](https://hotline.finance/ua/insurance-all?gclid=Cj0KCQiAnuGNBhCPARIsACbnLzpiuo2_LTkXuqOOA7APPv2cgisas2IFoIneJ3tXN2logBH4aE3J4fQaAivVEALw_wcB) (data zvernennja: 01.12.2021) [in English].
15. Nacional'nyj bank Ukrai'ny. Ogljad strahovogo rynku za I pivrichchja 2021 r. [National Bank of Ukraine. Overview of the insurance market for the first half of 2021]. [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/Insurance\\_market\\_review\\_first\\_half\\_2021\\_pr\\_2021-10-26.pdf?v=4](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Insurance_market_review_first_half_2021_pr_2021-10-26.pdf?v=4) (data zvernennja 5.03.2022) [in Ukrainian].
16. Prykazjuk, N. V., & Gumenjuk, L. S. (2020). Kiber-strahuvannja jak vazhlyvyj instrument zahystu pidpryjemstv v umovah cyfrovizacii' ekonomiky [Cyber insurance as an important tool for the protection of enterprises in the conditions of digitalization of the economy]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, 4. <http://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.4.6> [in Ukrainian].
17. *Strahovyj advokat. Kiberataky. Jak zahystyty biznes vid novoi' zbroi'?* [Insurance lawyer. Cyber-attacks. How to protect business from new weapons?]. <https://www.insa.com.ua/uk/blog/kiberataki-kak-zashhitit-biznes-ot-novogo-oruzhiya/> (data zvernennja: 09.12.2021) [in Ukrainian].
18. Kerujucha kompanija Ribas Hotels Group. Home Facebook [The management company of Ribas Hotels Group. Home. Facebook]. <https://www.facebook.com/ribasgroup/> (data zvernennja: 5.03.2022) [in Ukrainian].
19. Kyiv School of Economics. Russia will pay. <https://kse.ua> > russia-will-pay [in English].
20. *Ukrinform.ua*. Agresory rozbombyly gotel' «Ukrai'na» u centri Chernigova [The aggressors bombed the hotel "Ukraine" in the center of Chernihiv]. 12.03.2022 r.

- <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3427188-agresori-rozbombili-gotel-ukraina-u-centri-cernigova.html> [in English].
21. Zaborona.com. Jaki kompanii' pokynuly Rosiju na znak protestu. <https://zaborona.com/rosiya-bez-ajfoniv-betmenu-ta-sportu-onlajn-zaborony-pro-sankcziyi-u-vidpovid-na-vijnu/> (date of access 5.03.2022) [Which companies left Russia in protest]. <https://zaborona.com/rosiya-bez-ajfoniv-betmenu-ta-sportu-onlajn-zaborony-pro-sankcziyi-u-vidpovid-na-vijnu/> (date of access 5.03.2022)) [in Ukrainian].
  22. Globa, D. Ryzky spivpraci z rosijs'kymy ta bilorus'kymy kompanijamy. 9.03.2022 r. [Risks of cooperation with Russian and Belarusian companies. 9.03.2022.] [https://youcontrol.com.ua/articles/stop-russia%20/?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=sotrudnichestvo\\_s\\_RF](https://youcontrol.com.ua/articles/stop-russia%20/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=sotrudnichestvo_s_RF) [in Ukrainian].
  23. Bovsh, L., Bosovska, M., & Okhrimenko, A. (2021). Compliance-strategizing of economic security of the business in digitalization conditions. *Herald of KNUTE.*, № 6. [http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2021\(140\)](http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2021(140)) [in English].
  24. Mamonova, G., & Pozdnjakova, L. (2020). Osoblyvosti strahuvannja kiber-ryzykiv [Features of cyber risk insurance]. *Mizhdyscyplinarni naukovi doslidzhennja: osoblyvosti ta tendencii' – Interdisciplinary scientific research: features and trends*, Vol. 2. <http://doi.org/10.36074/04.12.2020.v2.12> [in Ukrainian].
  25. Reikartz Hotel Group – Home | Facebook. URL: <https://www.facebook.com/reikartz.hotel.group/> (date of access 5.03.2022) [in English].
  26. Ulyneč', N. Jak vyzhyty brendovi u kryzovij sytuacii', abo shho robyty, jakshho media oficijno «pohovaly» kompaniju [How can a brand survive in a crisis situation, or what to do if the media officially «buried» the company]. <https://executives.com.ua/yak-vyzhyty-brendovi-u-kryzovii-sytuatsii/> (data zvernennja: 07.03.2022) [in Ukrainian].
  27. *Reportlinker.com*. Global Cyber Security Industry 2018-2022. [https://www.reportlinker.com/market-report/Cybersecurity/517851/CyberSecurity?utm\\_source=adwords1&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=Transportation&utm\\_adgroup=Cybersecurity\\_Reports&gclid=EAIaIQobChMIrvcem5nq3AIVx44YCh39Ww5eEAAAYASAAEgKx6vD\\_BwE](https://www.reportlinker.com/market-report/Cybersecurity/517851/CyberSecurity?utm_source=adwords1&utm_medium=cpc&utm_campaign=Transportation&utm_adgroup=Cybersecurity_Reports&gclid=EAIaIQobChMIrvcem5nq3AIVx44YCh39Ww5eEAAAYASAAEgKx6vD_BwE) (data zvernennja: 09.12.2021) [in English].
  28. Lytovchenko, I., Rulins'ka, O., Novoshyns'ka, L., & Baranova, V. (2014). Strategichne marketyngove planuvannja v strahovyh kompanijah [Strategic marketing planning in insurance companies]. Odesa: YNVAC. [in Ukrainian].
  29. Kabir, A. (2017). ABC Analysis of Inventory. <https://www.linkedin.com/pulse/abc-analysis-inventory-aadnan-kabir-csc%E1%B5%80%E1%B4%B9> [in English].
  30. Porter, M. (2008). «The Five Competitive Forces That Shape Strategy». *Competitive strategy. Harvard Business Review*, 86 (1), 78-93, 137. PMID 18271320 [in English].

Надійшла до редакції 16.06.2022.

Прийнято до друку 06.09.2022.

Публікація онлайн 23.12.2022.

---

---

# ВИЩА ОСВІТА

---

---

Aldankova H., Bozhko T. Generation of professional competencies of advertisers. *Zovnishnja torgivlja: ekonomika, finansy, pravo*. 2022. № 6. S. 125-134. Serija. Ekonomichni nauky. [https://doi.org/10.31617/3.2022\(125\)08](https://doi.org/10.31617/3.2022(125)08)

UDC 005.336.2:659.4

**ALDANKOVA Halyna,**  
PhD (Economics), Associate Professor  
Associate Professor at the Department  
of Journalism and Advertising  
State University of Trade and Economics  
19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine  
ORCID: 0000-0002-1962-4409  
[aldankova.gala@gmail.com](mailto:aldankova.gala@gmail.com)

DOI: 10.31617/3.2022(125)08

**АЛДАНЬКОВА Галина,**  
к. е. н., доцент, доцент кафедри  
журналістики та реклами  
Державного торговельно-економічного  
університету  
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна  
ORCID: 0000-0002-1962-4409  
[aldankova.gala@gmail.com](mailto:aldankova.gala@gmail.com)

**BOZHKO Tetiana,**  
PhD (Technical), Associate Professor  
Head of Curriculum and Instruction  
Department  
State University of Trade and Economics  
19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine  
ORCID: 0000-0002-2261-4527  
[tatyana\\_bozhko@ukr.net](mailto:tatyana_bozhko@ukr.net)

**БОЖКО Тетяна,**  
к. т. н., доцент, начальник навчально-  
методичного відділу  
Державного торговельно-економічного  
університету  
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна  
ORCID: 0000-0002-2261-4527  
[tatyana\\_bozhko@ukr.net](mailto:tatyana_bozhko@ukr.net)

## GENERATION OF PROFESSIONAL COMPETENCIES OF ADVERTISERS

**Introduction.** The advertising and information space is impossible without communication processes, in particular data exchange, the purpose of which is to ensure the understanding of information created, transmitted and received by people.

**Problem.** The formation of communication processes does not take place without specialists capable of working in the media industry in conditions of advanced computerization.

**The aim** of the work is to determine the features of the formation of communication competence; the presentation of approaches and recommendations for improving the methodology of training advertising specialists and the results of its approval.

**Methods.** The classification and analytical method was used; questionnaire surveys, graphical and structural analysis, logical generalization.

**Results.** One of the general competencies of the specialization «Advertising and public relations» is

## ГЕНЕРАЦІЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ РЕКЛАМІСТІВ

**Вступ.** Рекламно-інформаційний простір неможливий без комунікаційних процесів, зокрема без обміну даними, метою якого є забезпечення розуміння інформації, що створюється, передається та отримується людьми.

**Проблема.** Формування комунікаційних процесів не відбувається без спеціалістів, здатних працювати у медіагалузі в умовах розвинутої комп'ютеризації.

**Метою** статті є визначення особливостей формування комунікаційної компетентності; представлення підходів і рекомендацій щодо удосконалення методики навчання фахівців з реклами та результатів її апробації.

**Методи.** Використано класифікаційно-аналітичний метод; анкетні опитування, графічний та структурний аналіз, логічне узагальнення.

**Результати.** Однією з загальних компетентностей спеціалізації «Реклама і зв'язки з громад-

© Aldankova H., Bozhko T., 2022

The authors contribute equally.

The authors of the manuscript did not receive direct funding in the preparation of the manuscript.

*the acquisition of skills in the use of information and communication technologies. The purpose of using software products is to: provide students with tools for professional work; intensify the task performance process; stimulate the development of creative abilities; formation of critical thinking regarding the analysis of media products. In the conditions of a pandemic and martial law, classes take place via Zoom, using the Viber and Telegram applications, e-mail. Among the problems there are: high cost of licensed programs; selection of software products suitable for use as a learning tool; professional and pedagogical qualification of teachers.*

**Conclusions.** *Education with the use of the latest technologies acts today as a component of student training in accordance with the social orders of our time. This approach forms a new «computer» intelligence, including in the field of media product creation.*

*Keywords:* competencies, marketing communications, computer graphics in advertising.

JEL Classification: I 21; I 29; J 45; M 39.

**Conflict of interest.** The authors certify that they have no financial or non-financial interest in the subject matter or materials discussed in this manuscript; the authors have no association with state bodies, any organizations or commercial entities having a financial interest in or financial conflict with the subject matter or research presented in the manuscript. The authors are working for the institution that publishes this journal, which may cause potential conflict or suspicion of bias and therefore the final decision to publish this article (including the reviewers and editors) is made by the members of the Editorial Board who are not the employees of this institution.

**Introduction.** The production and distribution of information and various media content does not bring the main profit to modern media enterprises. Advertising performs this function. Modern advertising and PR activities in the mass media market are carried out not only in a certain social environment, but also in space and time. The formation of advertising and information space is impossible without communication processes – data exchange, the purpose of which is to ensure the understanding of information that is created, transmitted and received by people. The initiation of our research is related to the need to determine the peculiarities of the formation in modern conditions of students as future professional participants in the media and marketing communications markets of communication competence – personality properties that determine their ability to perform activities based on competence – a set of knowledge, abilities and skills.

**Problem.** In today's conditions, the issue of training specialists to work in the media market, in the field of advertising and PR, capable of working in conditions of advanced computerization using technologies which have completely replaced traditional ones, and possessing special software products today is a relevant feature of the general culture of higher education. The formation of competences today must take place under the conditions of consistency with the requirements of European integration

*ськістю» є отримання навичок застосування інформаційних і комунікаційних технологій. Використання програмних продуктів мають на меті: надати студентам інструменти для професійної роботи; інтенсифікувати процес виконання завдань; стимулювати розвиток творчих здібностей; формування критичного мислення щодо аналізу медіа-продуктів. В умовах пандемії та воєнного стану заняття проводять через Zoom, Viber та Telegram, e-mail. Однак проблемами є висока вартість ліцензійних програм; вибір програмних продуктів, що придатні як навчальний засіб; професійно-педагогічна кваліфікація викладачів.*

**Висновки.** *Освіта з використанням новітніх технологій виступає сьогодні як компонента підготовки студентів відповідно до соціальних замовлень сучасності. Такий підхід формує нову «комп'ютерну» інтелігенцію, зокрема й у галузі створення медіапродукту.*

*Ключові слова:* компетентність, маркетингові комунікації, комп'ютерна графіка в рекламі.

into the European educational and research space. In this regard, the issue of digital competence takes on special importance when training specialists to work in the media market, in the field of advertising and PR activities, able to work in conditions of advanced computerization using technologies, which have replaced the traditional ones, that have already been fully mastered, and the possession of special software products today is a sign of the general culture of a graduate of a higher educational institution.

**Analysis of recent researches and publications.** Recently, a lot of research has been devoted to the issue of the formation of professional competence among students. Thus, O. Karolop described the evaluation criteria, components and levels of professional competence of future hotel and restaurant professionals, which are formed, using innovative learning technologies [1]. M. Pukalo [2] analyzed the task of training a specialist capable of meeting the demands of the current digital society. Smart-technologies, «cloud» technologies and technologies of contextual learning of A. Verbytsky for the training of future economists are considered in the work of T. Nalyvayko [3]. The peculiarities of preparing students for professional activity by means of distance educational technologies are defined in the dissertation of H. Aliyev. [4] etc.

Paying tribute to the scientific and practical significance of the works, which consider various aspects of the formation of professional competence of future specialists in various fields of activity, it should be noted that the training of future media specialists, advertisers and PR managers has its own characteristics, in connection with the introduction of the educational process of the ever-growing amount of information and new professional knowledge in the field of marketing communications, pandemic conditions and martial law, which requires additional analysis and proposals. But no such studies were conducted.

**The aim** of the article is to determine the peculiarities of the formation of students' communication competence on the basis of the formed competence – a complex of knowledge, skills and abilities; presentation of approaches and practical recommendations for improving the teaching methodology and the results of its approbation for students studying advertising disciplines.

**Methods.** In the research process, the following general scientific and specific methods of cognition were used. The classification-analytical method was used, when studying the classification of goals and problems of training specialists, for questionnaire surveys, graphic and structural analysis. The method of logical generalization was used for the analysis of trends in the study of specialized software by students and the justification of educational measures for the improvement of innovative technology complexes in the formation of competence: knowledge, skills and abilities of future specialists of the marketing at communications market. The factor

analysis – when was studying the importance of mastering software individually, with a teacher or in a group.

Processing of the data collected during the author’s questionnaire surveys of students was carried out with Microsoft Excel computer program.

**Results.** Let us consider the discipline «Computer graphics in advertising» as an educational component of the «Advertising and Public Relations» educational program of the «bachelor» degree, which ensures students’ mastery of general and professional competencies and their achievement of program learning outcomes. Thus, the general competence of the educational program is the acquisition of skills in the use of information and communication technologies.

Special (specialist) competences include the ability to create a media product, that is, to apply a creative approach to professional work.

Program learning outcomes are the ability to develop scenarios for communication activities, to possess creative techniques for developing new ideas.

For a modern student, mastering high-level information and computer technologies is a sign of professionalism, a way to gain the necessary outlook in their future profession. Therefore, an integral part of the training of students majoring in «Advertising and Public Relations», «Advertising Business», «Marketing», «Marketing Management», «Brand Management», studying the discipline «Computer Graphics in Advertising» is obtain theoretical knowledge of computer graphics and acquisition practical skills of working with graphic editors. The discipline «Computer Graphics in Advertising» is closely related to the disciplines: «Marketing Communications», «Advertising», «Advertising Creative», and «Design in Advertising». The programs of disciplines developed at the State University of Trade and Economics (SUTE) are based on the principles of development of creative thinking of students and technical implementation of specific ideas and aim to:

- provide students with tools for professional work, including editors for working with computer graphics: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, CorelDRAW;
- intensify the process of professional training by accelerating the implementation of a number of educational tasks;
- stimulate the development of certain personal qualities that are necessary for a journalist, public relations specialist, advertiser, marketer – imagination, creative abilities, contribute to the formation of critical thinking regarding the perception and analysis of existing media appeals.

Thematic plans of disciplines include not only questions on the basics of working with applied graphic editors. Thus, the discipline «Computer Graphics in Advertising» considers the formation of the idea of advertising appeal, the study of the laws of composition and means of its



harmonization, the history of the development of fonts and the conditions of their use in actual publications. The educational process is built as follows: acquaintance with the theoretical part of the discipline; acquisition of skills of work with graphic editors in laboratory works; performing training exercises in a computer class (where the teacher acts as a consultant); performing individual creative tasks outside the audience; participation in the distance creative Olympiad in the discipline.

The acquaintance with the theoretical part of the discipline is carried out in lectures with the use of reference notes and projection of visual materials with the help of multimedia equipment or remotely by Zoom. The skills of working with graphic editors are acquired in the computer classes of the Department of Journalism and Advertising and the Department of Marketing with a demonstration of the operations performed using the SMART Board interactive whiteboard. The material is consolidated with the help of training exercises provided in the textbook «Computer Graphics in Advertising», developed by the teacher.

Each academic group is divided into subgroups of 15 students. The teacher has the opportunity to advise every one of his workplaces by using a remote administration software product for the Microsoft Windows Remote Administrator platform, which allows you to transfer files and fully work on multiple remote computers using a graphical interface. Students can realize their creative vision in solving the set tasks while performing individual tasks of independent work, based on lecture material and skills acquired in laboratory classes.

In a COVID-19 pandemic and martial law, there is a need to teach discipline online. In such cases, lectures and laboratory classes take place:

- live by Zoom,
- using the Viber call and messaging application to communicate and summarize the lessons;
- using Telegram – a multi-platform cloud messenger with VoIP features for smartphones, tablets and PCs, which allows you to exchange text, voice and video messages, photos and files in many formats;
- E-mail of the academic group and the teacher.

This approach enhances the motivation of learning, allows you to assess the integration of new information technologies with specific disciplines, and later with the topics of diploma projects, helps to overcome the psychological barrier in the development of innovative technologies. The learning process becomes exciting, develops the creative potential that is in each individual. However, we have to face a number of problems, including:

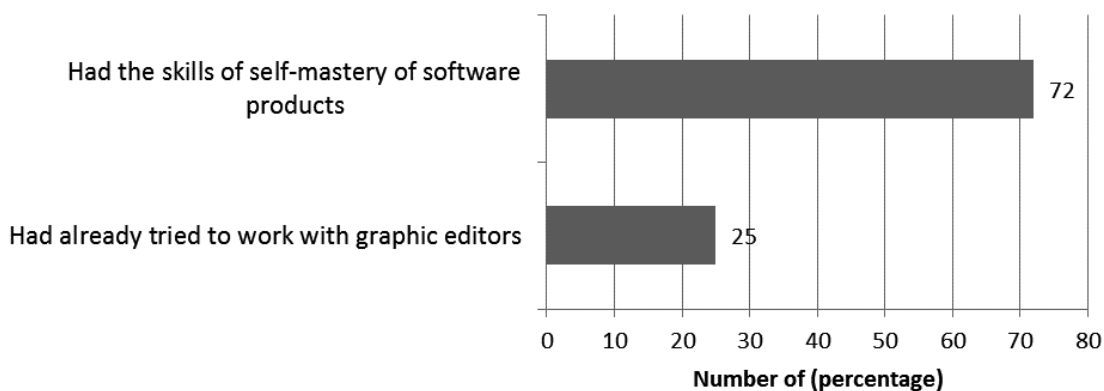
- High cost licensed software. Advances in information technology have led to the avalanche of computer technology. Powerful computers with huge speed and memory resources, specialized programs, Internet

technologies, presentation equipment have appeared. All this could not but be reflected in the educational process.

- Choice of many software products that are suitable for use as a learning tool and are able to work with existing hardware.

- The process of acquiring the necessary «craft» skills is often inevitable in any creative profession, most often it based on imitation. It is possible to prevent this, if the debutant in the learning process will be given independent tasks that reveal his creative potential and demonstrate the ability to develop author’s works.

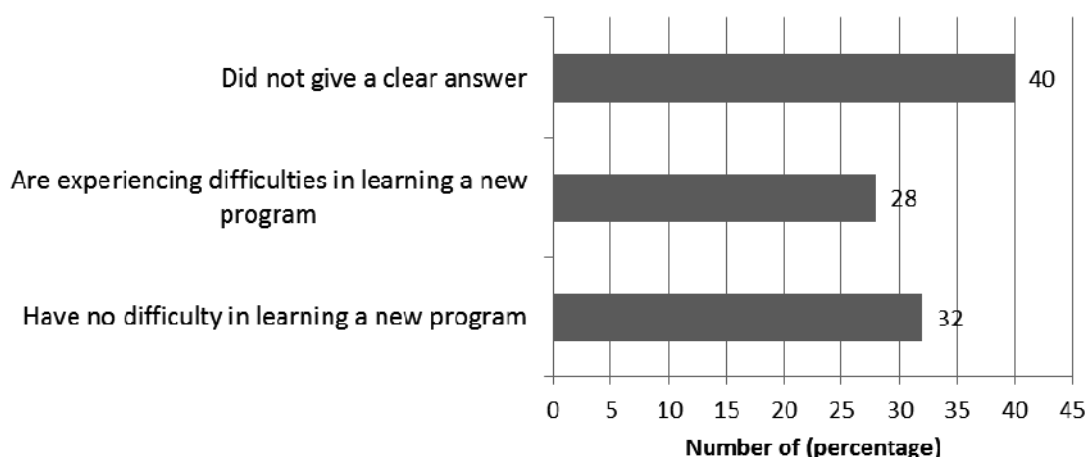
A survey conducted among 3-4th year students showed that before studying the discipline «Computer Graphics in Advertising» a quarter of them had already tried to work with graphic editors, the vast majority had the skills to master software products (*Figure 1*).



**Figure 1. Respondents’ answers about skills in working with graphic editors**

*Source:* created by authors.

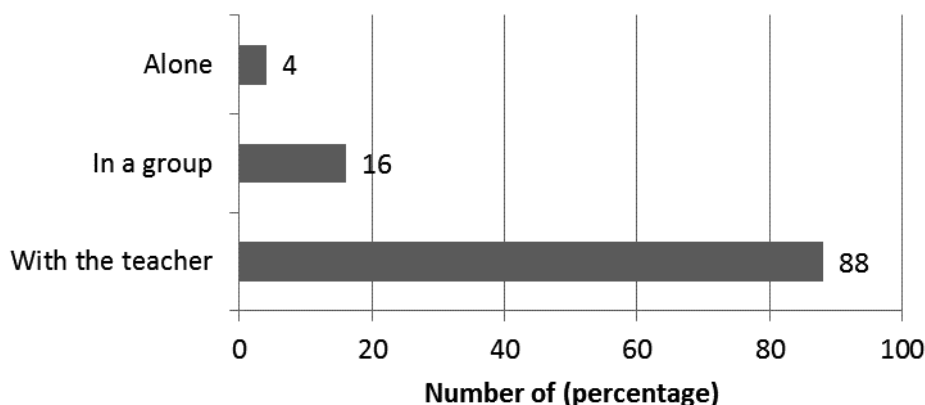
The results of the survey on the ease of mastering the new program are given on *Figure 2*.



**Figure 2. Respondents’ answers about the difficulties of learning a new software product**

*Source:* created by authors.

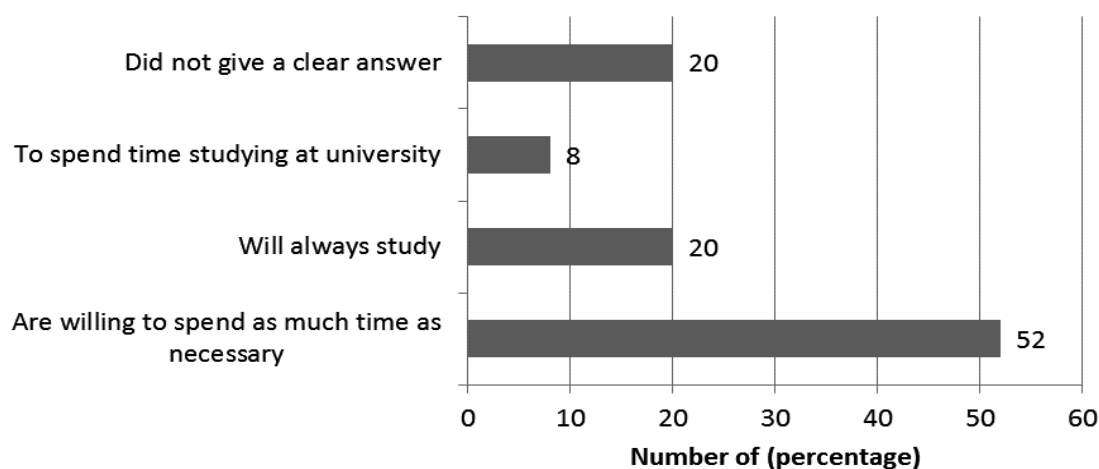
A significant number of respondents preferred to master software products together with the teacher (*Figure 3*).



**Figure 3. Respondents' answers about options for mastering software products**

*Source:* created by authors.

The vast majority of respondents are determined to study computer graphics and would like to work in this field. Half of them are ready to spend as much time as necessary to achieve professionalism in the field of computer graphics, the fifth part will always study (*Figure 4*).



**Figure 4. Respondents' answers about time to achieve professionalism in the field of computer graphics**

*Source:* created by authors.

The professional and pedagogical qualifications of teachers who are advocates of innovative knowledge is another key issue in the teaching of computer graphics. M. Tardi [5] in 1973 argued that modern students belong to a new, «iconic», i.e., visual civilization, and teachers – «pre-iconic» [5]. The dynamics of the emergence and application of computer technology is growing rapidly. According to P. Smith, K. Berry and A. Pulford, all the technological knowledge used in 1992 in 2050 will be

only 1 % of the total amount of knowledge that will be collected at that time [6]. This highlights the need for quality teacher training, including various refresher courses, internships in advertising agencies and other universities, continuing self-education.

Graduates of higher education institutions must be prepared not only theoretically but also practically.

When conducting classes, the project method is actively used, which involves the systematic implementation of several tasks and allows students to integrate knowledge from various disciplines in the process of learning. For example, in the process of working on the project of forming the company's corporate style within the discipline «Design in advertising», students must complete the following tasks:

- to consider the corporate symbols of the enterprise and enterprises working in a similar field;
- to determine the target audience and goals of the enterprise;
- to conduct a phonosemantic analysis of the company name;
- to substantiate the concept of corporate style;
- to create corporate style elements in the CorelDraw / Adobe Illustrator program (at least 3 proposals for logos);
- to create a passport of corporate style standards;
- to develop advertisements using corporate style elements in the graphic editor Adobe Photoshop;
- to prepare an electronic presentation in the MS Power Point editor;
- to present the identity of the enterprise in a separate file with proper preparation for further printing.

Knowledge gained from a number of disciplines, such as «Marketing Communications», «Advertising», «Design in Advertising», «Computer Graphics in Advertising», «Layout in Advertising», etc., are in a state of anticipation for creative insights and experimentations. Participation in competitions and advertising festivals allows you to express yourself, replenish your portfolio and collection of diplomas and awards, and teachers to adjust the curriculum of disciplines based on the results of competitions.

Students perform a large number of educational projects, and their demonstration at exhibitions, competitions and festivals is a criterion for evaluating these works.

Thus, in 2020–2021, KNUTE/SUTE students won 55 prizes in various creative competitions [7], including:

- 25 prizes and GRAND PRIX in the VIII All-Ukrainian student competition of commercial advertising;
- 9 diplomas in the Ukrainian Student Advertising Festival;
- I place in the nomination «Check in the white – demand a fiscal check for equipment» in the hackathon «Advertising landfill»;

- I and II place out of three in the nomination «Print advertising» «Advertising-fest» in Odessa;
- 3 diplomas in the VII Kharkiv Student Advertising Festival;
- 16 diplomas in the III International Advertising Competition «DO.IT ADS».

Obtaining prizes by students participating in creative competitions, confirms the correctness of the developed teaching methods.

Participation in creative competitions, connections obtained during visits to advertising agencies, facilitate freelance cooperation of future professionals with professional manufacturers of advertising products, who work with talented young people, whom they meet when participating as members of the professional jury of competitions.

Our study does not include a complete list of competencies for all specializations and disciplines related to the training of marketing communications professionals and can be used as a basis for further research aimed, for example, at studying the specifics of teaching disciplines in the new realities in a *COVID-19* pandemic and martial law.

Continuation of our research will allow us to make greater use of the capabilities of computer and telecommunications technology to solve modern problems of training highly qualified personnel and creation of a specialized advertising laboratory at SUTE.

**Conclusions.** Thus, learning using the latest technologies today acts as a component of general cultural training of students in accordance with the martial law and social orders of modern civilization. It is designed to develop critical thinking, provide competencies that will help young professionals succeed in market conditions, find their own niche and provide decent living conditions. Therefore, the preparation of a new «computer» intelligentsia, including in the field of media and marketing communications, is one of the main areas of modern education.

## REFERENCES

1. Karolop, O. O. (2021). Formuvannja profesijnoi' kompetentnosti majbutnih bakalavriv gotel'no-restoranoi' spravy zasobamy innovacijnyh tehnologij navchannja [Formation of professional competence of future hotel and restaurant bachelors by means of innovative learning technologies]. <http://ephshair.phdpu.edu.ua/xmlui/handle/8989898989/5730> [in Ukrainian].
2. Pukalo, M. I. (2020). Formuvannja profesijnoi' kompetentnosti majbutnih fahivciv avtotransportnogo profilju zasobamy informacijnyh tehnologij [Formation of professional competence of future motor vehicle profile specialists by means of information technologies]. <https://lpnu.ua/sites/default/files/2020/radaphd/1839/dysertacijapukalomariyiigorivny.pdf> [in Ukrainian].
3. Nalyvajko, T. V. (2019). Formuvannja profesijnoi' kompetentnosti majbutnih ekonomistiv zasobamy innovacijnyh tehnologij u procesi profesijnoi' pidgotovky [Formation of professional competence of future economists by means of innovative technologies in the process of professional training]. <http://ephshair.uhsp.edu.ua/handle/8989898989/3801> [in Ukrainian].

4. Alijev, H. M. (2018). Pidgotovka studentiv pedagogichnyh universytetiv do profesijnoi' dijal'nosti zasobamy dystancijnyh osvithnih tehnologij: avtoref. dys. na zdob. nauk. stupenja kand. ped. nauk: spec. 13.00.04 – teor. i metod. prof. osvity, 015 – prof. osvita. [Training of students of pedagogical universities for professional activities by means of distance educational technologies: abstr. of thesis for the gain. the Cand. degree in pedagogic. sciences: spec. 13.00.04 - theor. and method. of prof. education, 015 – prof. education] MON Ukrai'ny, Harkivs'kyj nacional'no-pedagogichnyj universytet imeni G. S. Skovorody] – Harkiv: HNPU. <https://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/1938?mode=full> [in Ukrainian].
5. Tardi, M. (1973). Professor i izobrazhenija [Professor and images]. Parizh: Universitetskaja pressa Francii [in Ukrainian].
6. Smit, P. (2001). Kommunikacii strategicheskogo marketinga: ucheb. posobie [Strategic Marketing Communications: a study guide] per. s angl. Juniti-Dana [in Ukrainian].
7. Prezentacija dyscyplin ta roboty-peremozhci tvorchyh konkursiv [Presentation of disciplines and winning works of creative competitions]. <https://knute.edu.ua/file/MTIyMzc=/bf99df407c452bf02b2611654d87ade5.pdf> [in Ukrainian].

*Received at the editorial office 02.08.2022.*

*Accepted for printing 25.09.2022.*

*Published online 23.12.2022.*