

ISSN 2522-9303 (Print)
ISSN 2522-9478 (Online)

ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ

ECONOMY
OF UKRAINE

2024 10
(755)

Ідентифікатор медіа R30-02924

<https://doi.org/10.15407/economyukr>

Головний редактор: ГЕЄЦЬ В.М. (д.е.н., проф., академік НАН України)

Заступник головного редактора: КОРНІЄНКО І.В.

Редакційна колегія: АНТОНЮК Л.Л. (д.е.н., проф.), БАЖАЛ Ю.М. (д.е.н., проф.), БАЖЕНОВА О.В. (д.е.н., проф.), БИСТРЯКОВ І.К. (д.е.н., проф.), БОРОДІНА О.М. (д.е.н., проф., академік НАН України), ДАНИЛИШИН Б.М. (д.е.н., проф., академік НАН України), ЄГОРОВ І.Ю. (д.е.н., проф., член-кор. НАН України), ЄФИМЕНКО Т.І. (д.е.н., проф., академік НАН України), ЗАЛОЗНОВА Ю.С. (д.е.н., проф., член-кор. НАН України), ЗАЯЦЬ Т.А. (д.е.н., проф.), ЗВЕРЯКОВ М.І. (д.е.н., проф., член-кор. НАН України), ЗИМОВЕЦЬ В.В. (д.е.н.), ЗЛУПКО Т.С. (PhD, США), ІГНАТЮК А.І. (д.е.н., проф.), КОРАБЛІН С.О. (д.е.н., член-кор. НАН України), КРАВЦІВ В.С. (д.е.н., проф.), КРИСОВАТИЙ А.І. (д.е.н., проф.), КУДРЯШОВ В.П. (д.е.н., проф.), ЛУНІНА І.О. (д.е.н., проф., член-кор. НАН України), ЛУПЕНКО Ю.О. (д.е.н., проф., академік НААН України), МАЗАРАКІ А.А. (д.е.н., проф., академік НАПН України), МОЛДАВАН Л.В. (д.е.н., проф.), НЕДЗЬБОЛКА П. (проф., Польща), НИКИФОРУК О.І. (д.е.н.), ОСАУЛЕНКО О.Г. (проф., д.н. з держуправління, академік НАН України), ОСТАШКО Т.О. (д.е.н., член-кор. НААН України), ПРУС П. (д-р с/г наук, Польща), РАДОШЕВИЧ С. (проф. економіки, Велика Британія), СІДЕНКО В.Р. (д.е.н., член-кор. НАН України), СКРИПНИЧЕНКО М.І. (д.е.н., проф., член-кор. НАН України), ТАРАСЕВИЧ В.М. (д.е.н., проф., член-кор. НАН України), УСТИМЕНКО В.А. (д.ю.н., проф., член-кор. НАН України, член-кор. НАПрН України), ХВЕСИК М.А. (д.е.н., проф., академік НААН України), ЧОБАНУ Г. (доц., д-р економіки, Румунія), ШУМСЬКА С.С. (д.е.н.).

Editor-in-Chief: VALERIY HEYETS (Doctor of Econ. Sci., Professor, Academician of the NAS of Ukraine).

Deputy Editor-in-Chief: IRYNA KORNIIENKO.

Editorial Board: ANTONIUK L. (Doctor of Econ. Sci., Professor), BAZHAL Iu. (Doctor of Econ. Sci., Professor), BAZHENOVA O. (Doctor of Econ. Sci., Professor), BYSTRYAKOV I. (Doctor of Econ. Sci., Professor), BORODINA O. (Doctor of Econ. Sci., Professor, Academician of the NAS of Ukraine), DANYLYSHYN B. (Doctor of Econ. Sci., Professor, Academician of the NAS of Ukraine), YEGOROV I. (Doctor of Econ. Sci., Professor, Corresponding Member of the NAS of Ukraine), IEFYMENKO T. (Doctor of Econ. Sci., Professor, Academician of the NAS of Ukraine), ZALOZNOVA Yu. (Doctor of Econ. Sci., Professor, Corresponding Member of the NAS of Ukraine), ZAIATS T. (Doctor of Econ. Sci., Professor), ZVERYAKOV M. (Doctor of Econ. Sci., Professor, Corresponding Member of the NAS of Ukraine), ZYMOVETS V. (Doctor of Econ. Sci.), ZLUPKO T. (PhD, USA), IGNATYUK A. (Doctor of Econ. Sci., Professor), KORABLIN S. (Doctor of Econ. Sci., Corresponding Member of the NAS of Ukraine), KRAVTSIV V. (Doctor of Econ. Sci., Professor), KRYSOVATYY A. (Doctor of Econ. Sci., Professor), KUDRYASHOV V. (Doctor of Econ. Sci., Professor), LUNINA I. (Doctor of Econ. Sci., Professor, Corresponding Member of the NAS of Ukraine), LUPENKO Yu. (Doctor of Econ. Sci., Professor, Academician of the National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine), MAZARAKI A. (Doctor of Econ. Sci., Professor, Academician of the National Academy of Educational Sciences of Ukraine), MOLDAVAN L. (Doctor of Econ. Sci., Professor), NIEDZIÓŁKA P. (Doctor of Econ. Sci., Professor, Poland), NYKYFORUK O. (Doctor of Econ. Sci.), OSAULENKO O. (Doctor of Science in Public Administration, Professor, Academician of the NAS of Ukraine), OSTASHKO T. (Doctor of Econ. Sci., Corresponding Member of the National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine), PRUS P. (Doctor of Agri. Sci., Poland), RADOSEVIC S. (Professor, PhD, Great Britain), SIDENKO V. (Doctor of Econ. Sci., Corresponding Member of the NAS of Ukraine), SKRYPNYCHENKO M. (Doctor of Econ. Sci., Professor, Corresponding Member of the NAS of Ukraine), TARASEVYCH V. (Doctor of Econ. Sci., Professor, Corresponding Member of the NAS of Ukraine), USTYMENKO V. (Doctor of Jurid. Sci., Professor, Corresponding Member of the NAS of Ukraine, Corresponding Member of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine), KHVESYK M. (Doctor of Econ. Sci., Professor, Academician of the National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine), CIOBANU G. (Associate professor, Doctor of Economics, Romania), SHUMSKA S. (Doctor of Econ. Sci.).

Media ID R30-02924

Журнал входить до Переліку наукових фахових видань України з економічних наук (наказ МОН України від 02.07.2020 р. № 886, спеціальності: 051, 071, 072, 073, 281, 292)

ЗМІСТ

ПРОМИСЛОВА ПОЛІТИКА ТА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК

ДЕЙНЕКО Л.В., ШЕЛУДЬКО Е.І., ЗАВГОРОДНЯ М.Ю., ЗАРУДНА О.С. Хіміч-
на промисловість під впливом воєнних та євроінтеграційних викликів 3

ФІНАНСИ. ПОДАТКИ. ІНВЕСТИЦІЇ

БУБЛИК Є.О. Монетарна політика і кредитна підтримка економіки в умовах
війни та глобальної нестабільності 27

ЛУПЕНКО Ю.О., РАДІОНОВ Ю.Д. Фінансова безпека в умовах війни і в пе-
ріод повоєнного відновлення України 45

СТАЛИЙ ТА ІНКЛЮЗИВНИЙ РОЗВИТОК, ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ І «ЗЕЛЕНИЙ ПЕРЕХІД»

BOURICHE A., HAMLI A., ALI N., BENAÏSSA B. The effect of green marketing
motivation factors on consumers' purchase intention through the mediating role of
green brand trust to counter greenwashing 66

НАУКОВІ ДИСКУСІЇ

ТАРАСЕВИЧ В.М. До теоретичного розуміння смарт-економіки 92

Редакційна політика та етика 113

CONTENTS

INDUSTRIAL POLICY

AND INNOVATIVE DEVELOPMENT

DEINEKO Liudmyla, SHELUDKO Ella, ZAVHORODNIA Mariia, ZARUDNA Olha. Chemical industry under the impact of wartime and European integration challenges 3

FINANCE. TAXES. INVESTMENT

BUBLYK Yevhen. Monetary policy and credit support of the economy in conditions of war and global instability 27

LUPENKO Yurii, RADIONOV Yurii. Financial security under martial law and in the period of Ukraine's post-war recovery 45

SUSTAINABLE AND INCLUSIVE DEVELOPMENT, ENVIRONMENTAL ECONOMICS AND "GREEN TRANSITION"

BOURICHE Ahmed, HAMLJ Abdelkader, ALI Naeem, BENAISSA Benamar. The effect of green marketing motivation factors on consumers' purchase intention through the mediating role of green brand trust to counter greenwashing 66

SCIENTIFIC DEBUTS

TARASEVYCH Viktor. Toward theoretical understanding of smart economy 92

Editorial policy and ethics 113



<https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.10.003>

УДК 338.45 : 66

JEL: N10, N40, N60, O14

Л.В. ДЕЙНЕКО, д-р екон. наук, проф.,
завідувачка відділу промислової політики
e-mail: deinekolv@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0540-5413>

Е.І. ШЕЛУДЬКО, канд. екон. наук,
старший науковий співробітник відділу промислової політики
e-mail: sheludkoella@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4329-063X>

М.Ю. ЗАВГОРОДНЯ, канд. екон. наук,
науковий співробітник відділу промислової політики
e-mail: mzavgorodnia@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9190-6403>

О.С. ЗАРУДНА, молодший науковий співробітник
відділу промислової політики
e-mail: olgaszua@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7253-8091>

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»
вул. Панаса Мирного, 26, 01011, Київ, Україна

ХІМІЧНА ПРОМИСЛОВІСТЬ ПІД ВПЛИВОМ ВОЄННИХ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ

Окреслено сучасний стан хімічної промисловості, виявлено тенденції і загрози, що впливають на розвиток галузі з огляду на сучасні глобальні виклики, пов'язані, передусім, з військовою агресією проти України. Показано, що подальше просування України на шляху до ЄС потребує врахування європейського досвіду стосовно підвищення технологічності та інноваційності хімічного виробництва. Досліджено можливості для відновлення окремих хімічних секторів на

Цитування: Дейнеко, Л., Шелудько, Е., Завгородня, М., Зарудна, О. (2024). Хімічна промисловість під впливом воєнних та євроінтеграційних викликів. *Економіка України*. 67. 10 (755). 03-26. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.10.003>

© Видавець ВД «Академперіодика» НАН України, 2024. Стаття опублікована на умовах відкритого доступу за ліцензією CC BY-NC-ND license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

основі реалізації інвестиційних проєктів, що стимулюють імпортозаміщення в галузі, обґрунтовано інструменти підтримки виробництва імпортозамінної продукції. Запропоновано заходи з відновлювального розвитку хімічної промисловості в процесі подолання наслідків війни, забезпечення стійкості галузі та її підтримки в реалізації інвестиційних проєктів стратегічного значення.

Ключові слова: хімічна промисловість; стійкість; відновлення; імпортозаміщення; інвестиційні проєкти; євроінтеграція.

Сьогодні Україна зіткнулася з найбільшими воєнними, економічними і демографічними загрозами з часів свого існування як незалежної держави. Війна породила низку проблем в усіх галузях промисловості, що пов'язані з руйнуванням промислової інфраструктури, релокацією бізнесів, зниженням попиту на товари і послуги, утрудненням логістики, браком доступу до сировини, фінансуванням нагальних потреб і страхуванням воєнних ризиків, посиленням тенденцій щодо відпливу професійних кадрів через їх виїзд за кордон і мобілізацію. Серед найбільш постраждалих галузей — хімічна промисловість. За час повномасштабних воєнних дій, що тривають уже понад два роки, ряд ключових підприємств галузі було повністю знищено чи пошкоджено, частина вимушено припинила свою діяльність з метою запобігання витоку небезпечних хімічних речовин. Серед найбільших хімічних підприємств, що зазнали значних руйнувань чи повного знищення, — НВП «Зоря» (Рубіжне, Луганська область), Северодонецьке об'єднання «Азот», Лисичанський НПЗ, «Сумихімпром», Авдіївський коксохімічний комбінат. Ураховуючи вагомий вплив хімічної промисловості на відновлення діяльності секторів вітчизняної економіки, підвищення обороноздатності країни і забезпечення продовольчої безпеки, актуальними є зменшення вразливості й забезпечення стійкості галузі перед лицем воєнних і глобальних викликів та її прискорене відновлення з урахуванням євроінтеграційних перспектив України.

Отже, **мета статті** — висвітлити ключові проблеми функціонування хімічної промисловості в умовах воєнних викликів, розкрити шляхи досягнення резильєнтності галузі до впливу деструктивних чинників, спричинених повномасштабною військовою агресією РФ, окреслити заходи щодо її відновлення, які відповідатимуть національним інтересам і євроінтеграційним імперативам.

Хімічна промисловість завжди була і є однією з найважливіших базових галузей національної економіки, системо- і бюджетоутворюючою для багатьох міст і регіонів України. Вона відіграє ключову роль у розвитку промисловості й забезпеченні товарами і технологіями, необхідними для життя. Продукція галузі має високий рівень міжгалузевого споживання і користується значним попитом у різних сферах економіки: сільському господарстві, будівництві, металургії, машинобудуванні, медичній, парфумерно-косметичній, фармацевтичній галузях, харчовій і легкій промисловості для виробництва різноманітних споживчих товарів, у секторі послуг тощо.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

На момент повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 р. в хімічній галузі України діяло 6481 суб'єкт господарювання, з них: 2591 підприємство — у виробництві хімічних речовин і хімічної продукції, 3890 — у виробництві гумових і пластикових виробів. На кінець 2022 р. кількість діючих підприємств зменшилася майже на 17 %, а на початок 2024 р., за даними Союзу хіміків України, — скоротилася порівняно з довоєнним періодом не менше ніж на третину. Найбільших втрат з початку війни зазнали виробництва органічної хімічної продукції — у 2023 р. порівняно з 2021-м їх обсяг скоротився в 1,7 разу, неорганічної хімічної продукції — у 2,4 разу, добрив і азотних сполук — на 20 %. Найбільше за цей період впали обсяги виробництва пластмас у первинних формах — у 7 разів (до 3,5 млрд грн у 2023 р.), передусім, через зупинення виробництва на ТОВ «Карпатнафтохім»¹.

Під впливом війни критично знизилася кількість зайнятих працівників на підприємствах хімічної промисловості. Нині ця проблема виходить на перший план з огляду на дефіцит фахового персоналу через вплив кадрів як унаслідок вимушеної «воєнної» міграції, так і через мобілізацію. За даними Союзу хіміків України, середньорічна чисельність зайнятих у виробництві хімічних речовин та хімічної продукції на 1 січня 2024 р. становила 20,5 тис. осіб, тобто з початку війни галузь втратила третину персоналу.

Останні репрезентативні статистичні дані Державної служби статистики України щодо індексу промислової продукції у 2022 р. виявили падіння виробництва хімічних речовин і хімічної продукції до 38 % від рівня попереднього (довоєнного) року, а у виробництві гумових і пластмасових виробів цей показник склав 58,9 %. Відповідно, частка хімічної галузі у ВВП країни зменшилася до 2 % (2023 р.). На рис. 1 представлено динаміку індексів хімічної продукції за 2022—2023 рр., яка демонструє спадні тенденції за секторами, причому найбільші величини падіння — у виробництві хімічних речовин і хімічної продукції, які, однак, були меншими за загальний рівень падіння по переробній промисловості. Натомість інші два виробництва завжди демонстрували менш песимістичні цифри і перевищували рівень переробної промисловості, причому останні місяці відкрив збільшується. За секторами кращу динаміку показують виробництво пестицидів та іншої агрохімічної продукції, виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів, виробництво гумових виробів.

¹ Аналітична оцінка ситуації у хімічній промисловості України та на внутрішньому товарному ринку хімічної продукції за підсумками 2023 року. Аналітична записка. Черкаси, ДП «Черкаський НДІТЕХІМ», 2023. 54 с. URL: http://www.nditechim.com.ua/wp-content/uploads/2023/12/HPUVyp-42023-_shhorichnyk.pdf



Рис. 1. Індекси хімічної продукції з усуненням сезонних коливань (2016 р. = 100), %
Джерело: побудовано авторами за: Індекси промислової продукції. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Отже, за період повномасштабного вторгнення вітчизняна хімічна промисловість зазнала суттєвих змін:

- скоротились обсяги товарного виробництва; частина підприємств призупинила або припинила свою діяльність через втрату й ускладнення доступу до сировинних ресурсів;
- спостерігається розірвання ланцюгів виробництва, постачання і збуту;
- суттєво зменшилася кількість працюючих у галузі, у наявності вплив робочої сили, у тому числі й через вимушену міграцію промислово-виробничого персоналу;
- відбулися негативні зміни в структурі виробництва хімічної продукції, насамперед, за рахунок значного скорочення частки продукції основної хімії, первинних пластмас і мінеральних (азотних) добрив. Катастрофічне падіння обсягів виробництва (особливо за продуктами органічної та неорганічної хімії) і руйнування виробничих потужностей становлять загрозу для розвитку галузі й економічної безпеки країни.

Водночас сьогодні в окремих галузях уже простежуються ознаки відродження. Відновили свою роботу підприємства в центрі й на заході країни, зокрема, з виробництва гумових і пластмасових виробів, синтетичних миючих засобів, парфумерних і косметичних виробів, фармацевтики, добрив, засобів захисту рослин. Є потенціал імпортозаміщення у виробництві,

що випускають високотехнологічну наукомістку продукцію, особливо в сегменті добрив і хімічних препаратів: комплексні добрива пролонгованої дії та збагачені життєво необхідними мікроелементами, комплексні добрива із заданими наперед властивостями, засоби захисту рослин.

Слід зазначити, що в Україні завжди традиційно високим був рівень виробництва азотних добрив, що сприяло розвитку українського агросектору і задовольняло попит на зовнішньому ринку. Після початку повномасштабного вторгнення на тлі зупинення ключових підприємств і руйнування окремих потужностей виробництво азотних добрив скоротилося в п'ять разів. Проте в сегменті виробництва добрив і засобів захисту рослин реалізуються нові інвестиційні проекти. Зокрема, нову технологічну лінію запускає компанія ALFA Smart Agro в спеціалізованому цеху Білоцерківського заводу препаративних форм для виробництва сухих гербіцидів. Потужність нового цеху сухих гербіцидів — 300 т продукції на рік. ALFA Smart Agro планує виготовляти в Україні препарати не лише для потреб внутрішнього ринку, але й на експорт. Запуск у 2023 р. Вінницького заводу з виготовлення преміальних рідких стартових добрив Квантум Діафан АСТіон і добрив для позакореневого харчування ТМ Quantum дозволить збільшити потужності з виробництва цього виду добрив на 40 %. На Дніпровському заводі мінеральних добрив запущено виробництво азотно-фосфорних добрив (рідкі добрива і подвійний суперфосфат), які можуть за цінами конкурувати з імпортними аналогами.

На тлі значного падіння внутрішнього попиту на мінеральні добрива й скорочення експорту підприємства змушені диверсифікувати ринки збуту своєї продукції. Зокрема, Україна може претендувати на 15 % європейського ринку і, за оптимістичного сценарію, експортувати близько 2 млн т на рік мінеральних (азотних) добрив². Потрапляння під санкції Європейського Союзу низки білоруських компаній, зокрема «Білоруськалій» і «Білоруська калійна компанія», також сприятиме цьому процесу. Найбільш перспективними ринками для заміщення білоруських мінеральних добрив у ЄС є Польща, Франція і Німеччина.

ІНВЕСТИЦІЙНІ ПРОЄКТИ З ПЕРЕРОБКИ СИРОВИНИ І ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Системний підхід до залучення інвестицій і використання можливостей для розроблення інвестиційних проєктів з переробки сировини і впровадження нових технологій є запорукою економічного зростання хімічної галузі в період повоєнного відновлення. Особливу важливість матимуть налагодження процесу залучення іноземних інвестицій для відновлення виробництв у

² Розрахунки корпорації Group DF (Петрушко Л. Україна знову дозволила експорт добрив. Країна може заробити до \$2 млрд на рік. *Forbes*. 2022. 27 лип. URL: <https://forbes.ua/news/ukraine-znovu-dozvolila-eksport-dobriv-kraina-mozhe-zarobiti-do-2-mlrd-na-rik-27072022-7394> (дата звернення: 27.05.2024)).

секторах з найбільшим потенціалом до зростання, фінансування інвестиційних проєктів, спрямованих на розвиток ключових промислових секторів, підтримка приватного сектору з відродження місцевого виробництва, підвищення рівня забезпеченості трудовими ресурсами в регіонах і працевлаштування ветеранів, ВПО, реємігрантів тощо. Для проєктів з відновлення виробництв з високою доданою вартістю, проєктна стадія яких, зокрема узгодження технічних особливостей стейкхолдерами, може відбуватися навіть у воєнний час, слід залучити міжнародні інвестиції. Водночас інвестиційна ситуація у вітчизняній хімічній галузі нині залишається невизначеною. У галузі відбуваються процеси впорядкування власності, є перспективи модернізації кількох великих підприємств; розвиваються проєкти стартаперів (за підтримки міжнародних донорів); спільні проєкти хімічних компаній із зарубіжними партнерами у сфері нового біопакування й перероблення відходів пластику. Останнім часом, завдяки високому ступеню лояльності українського споживача, дедалі більше стає невеликих локальних крафтових виробників і «підприємств, що народжені глобальними», у яких інвестиції направляються в експортоорієнтовану продукцію, інтернаціоналізацію яких передбачено заздалегідь, за рахунок інноваційності, орієнтації на певні ринкові ніші й нових способів ведення бізнесу.

У рамках ініціативи Європейського інвестиційного банку щодо виділення 50 млн дол. для підтримки агропереробки, зокрема для розвитку виробництва біометану і біоетанолу, Україна за два роки планує збудувати 10 заводів з виробництва біометану. Перше підприємство в Чернігівській області вже дає біометан, який може замінити основну сировину хімічної промисловості — природний газ.

У хімічній промисловості вже почався процес ініціювання і передпроектного опрацювання перспективних інвестиційних проєктів за різними напрямками:

1) компанія Group DF International GmbH уклала меморандум про взаєморозуміння з компанією Hyundai Engineering, одним з напрямів спеціалізації якої є виробництво добрив і хімічних речовин. Документ передбачає створення спільних інвестиційних проєктів у галузі виробництва добрив як на території України, так і в інших юрисдикціях. Зокрема, ідеться про плани щодо спільної реалізації проєктів з будівництва нових і реконструкції наявних хімічних заводів³;

2) приватне підприємство «Компанія Росток-Агро» створює індустриальний парк «Ростагропром» (м. Кропивницький)⁴, який включатиме завод з переробки відходів пластику;

³ Група компаній українського бізнесмена та Hyundai Engineering співпрацюватимуть у виробництві добрив. *Ukraine Business News*. 2023. 21 лис. URL: <https://ubn.news/uk/grupa-kompanij-ukrayinskogo-biznesm> (дата звернення: 22.05.2024).

⁴ Створення індустриального парку «Ростагропром». *DREAM Проєкти*. URL: [https://dream.gov.ua/ua/project/DREAM-UA-130324-0AF3E7B5/profile?fromFilter\[status\]=active](https://dream.gov.ua/ua/project/DREAM-UA-130324-0AF3E7B5/profile?fromFilter[status]=active) (дата звернення: 20.05.2024).

3) Biofarm (Польща) планує побудувати завод на Львівщині, для чого робиться землевідведення і Жовківська громада вже підписала меморандум про співпрацю з фармацевтичною компанією⁵.

З-поміж інвестиційних проектів виокремлюється група, пов'язана з вторинною переробкою, що сприяє меншому споживанню сировини і незначній генерації відходів.

За фінансування Європейського Союзу й уряду Німеччини в межах програми EU4Business гранти до 25 тис. євро на розвиток власних продуктів і послуг з інноваційною складовою отримали такі малі й середні підприємства (МСП): ТОВ «Аммоліт плюс», ТОВ «Репласт», ТОВ «ТЕРМІОН-ПЛЮС», ТОВ «Експлоджен»⁶.

У 2021—2023 рр. інвестиційні проекти сконцентрувалися в таких галузях:

- виробництво пестицидів й іншої агрохімічної продукції: Bayton (завод з виробництва засобів захисту рослин і мікродобрив);
- виробництво мила і мийних засобів, засобів для чищення й полірування, парфумів і косметичних засобів: Unilever (завод з виробництва засобів особистої гігієни, шампунів і гелю для душу від брендів Dove, Ахе, TRESemme і Clear); невеликі крафтові виробництва (мило, шампуні);
- виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів: ТОВ «Експлоджен» (створення продуцентів нових антибіотиків і агрохімічних препаратів);
- виробництво гумових і пластмасових виробів: ТОВ «Аммоліт плюс» (повний цикл створення виробів з полімерів і металів); ТОВ «Репласт» (виготовлення пластикових виробів литтям під тиском, екструзією і 3D-друком); ТОВ «ТЕРМІОН-ПЛЮС» (переробка змішаних пластикових відходів на альтернативні джерела енергії за інноваційною технологією піролізу); індустріальний парк «Хотин Invest» (виробництво пластмасових виробів); індустріальний парк «Ростагропром» (завод з переробки пластикових відходів).

Є приклади адаптації до нових умов релокованих бізнесів, коли підприємці, втративши виробниче обладнання, концентруються на інноваційних розробках. Так, фармацевтична компанія «Мікрохім» з Луганської області в Києві переорієнтувала бізнес на контрактні угоди з продукування ліків⁷. Нині «Мікрохім» працює з шістьма різними виробниками, забезпечила релокацію на нову виробничу базу 70 своїх працівників і додатково набирає нові кадри, оскільки зберегла всі ліцензії і залишається на ринку.

⁵ Одна з найбільших фармацевтичних компаній Польщі збудує завод на Львівщині. *Ukraine Business News*. 2023. 20 жов. URL: <https://ubn.news/uk/odna-z-najbilshih-farmaceutichnih-kom> (дата звернення: 25.04.2024).

⁶ 750 тисяч євро на підтримку бізнесу: результати грантового конкурсу від EU4Business. УФС. 2024. 03 січ. URL: <https://usf.com.ua/results-of-eu4business-grant-competition> (дата звернення: 15.04.2024).

⁷ Луганська фармацевтична компанія відновила роботу в Києві. *РЕ-ІНФОРМ*. 2023. 26 лис. URL: <https://reinform.com.ua/34149/luganska-farmaceutychna-kompaniya-vidnovylya-robotu-v-kyievi/> (дата звернення: 22.04.2024).

Одним з найперспективніших інвестиційних напрямів є виробництво діоксиду титану, який як білий пігмент широко використовується в целюлозній, лакофарбовій і автомобільній промисловості, виробництві синтетичних волокон, гумових виробів, пластмас, термостійкого й оптичного скла, білої емалі, керамічних діелектриків тощо⁸. У 2021 р. світовий ринок діоксиду титану оцінювався у 20,9 млрд дол. і до 2026-го повинен зрости до 27,9 млрд дол. Україна є однією з шести країн світу з родовищами титанових руд, причому наші поклади становлять близько 20 % світових запасів. За наявності ж сировини існує можливість з допомогою міжнародних інвесторів реалізувати цикл виробництва на енергетично ефективних екологічних технологіях і з комплексної переробки ільменіту.

Суттєвими перешкодами для розвитку галузі й відновлення промислового потенціалу хімічного виробництва залишаються:

- воєнний стан і тривалі воєнні дії, що призвели до руйнувань і призупинення діяльності значної частини ключових підприємств галузі; втрата низки стратегічних підприємств через окупацію територій;
- нестійкість внутрішнього виробництва, нестабільний режим роботи підприємств, невисокий (нижче 55—60 %) рівень завантаження виробничих потужностей;
- зростання цін на всі складові собівартості хімічної продукції, передусім на сировину, електроенергію, слабкий і нестабільний попит на продукцію;
- ускладнення, розірвання і здорожчання перевезень у логістичних внутрішніх і зовнішньоторговельних ланцюгах;
- дефіцит обігових коштів, низька доступність фінансових ресурсів і високе податкове навантаження на підприємства галузі;
- посилення імпортозалежності виробництва і внутрішнього товарного ринку, зокрема за всім спектром комплексних добрив, домінування імпортних поставок у товарній групі азотних добрив⁸ (Шевцова, 2022).

ІМПОРТОЗАЛЕЖНІСТЬ І МОЖЛИВОСТІ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ НА РИНКУ ХІМІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Вплив останнього фактора значно посилюється в новітніх умовах. Особливістю українського ринку продукції хімічної промисловості нині є домінуюча присутність імпорту на внутрішньому товарному ринку, який зріс практично в усіх сегментах, проте найбільш демонстративною за останні роки стала експансія імпортних мінеральних і хімічних добрив. Так, у 2023 р. від-

⁸ Хаустов В. Виробництво діоксиду титану — перспективний шлях розвитку, про який усі забули. *Дзеркало тижня*. 2023. 13 жов. URL: <https://zn.ua/ukr/promyshliennost/virobnitstvo-dioksidu-titanu-perspektivnij-shljakh-rozvitku-projakij-usi-zabuli.html> (дата звернення: 25.05.2024).

⁹ Аналітична оцінка ситуації у хімічній промисловості України та на внутрішньому товарному ринку хімічної продукції за підсумками 2023 року. Аналітична записка. Черкаси, ДП «Черкаський НДІТЕХІМ», 2023. 54 с. URL: http://www.nditekhim.com.ua/wp-content/uploads/2023/12/HPUVyp-42023-_shhorichnyk.pdf

Таблиця 1. Частка продажу підприємствами роздрібною торгівлі споживчих товарів, вироблених окремими галузями хімічної промисловості, %

Найменування товарної групи	2017	2018	2019	2020	2021
Непродовольчі товари	32,6	31,7	32,0	32,9	34,5
Косметичні товари й вироби для туалетних кімнат	17,6	18,9	23,7	26,0	24,9
Фармацевтичні товари	49,8	50,2	50,0	49,8	49,3
Засоби для миття, чищення, полірування й догляду за автомобілями	50,6	53,1	57,6	60,0	65,0
Побутові засоби для миття, чищення й догляду	32,4	31,4	32,3	33,3	30,8

Джерело: складено авторами за: Частка продажу підприємствами роздрібною торгівлі товарів, що вироблені на території України. Державна служба статистики України. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sr/chprt/chprt2017_u.htm

булося суттєве розширення імпорту хімічної продукції порівняно з 2022 р. і за товарним асортиментом, і за географією поставок. Імпорт хімічної продукції в Україну за січень — листопад 2023 р. склав у вартісному вимірі 10,2 млрд дол., з яких зростання імпорту продукції хімічної та пов'язаних з нею галузей відбулося на 19,7 %, а полімерних матеріалів, пластмас і виробів з них — на 14,6 % порівняно з аналогічним періодом попереднього року. Посилилась імпортозалежність українського товарного ринку хімічної продукції у першу чергу від продукції Китаю і Польщі. За даними 2023 р., у структурі внутрішнього товарного ринку хімічної продукції українська продукція становила лише 23 %, китайська — 14, польська — 13, німецька — 7, турецька — 5, продукція інших країн світу — 38 %. Уже в I кварталі 2024 р. частка імпоротної продукції на внутрішньому товарному ринку України зросла до 80 %.

Від'ємне зовнішньоторговельне сальдо в сегменті хімічної продукції на кінець 2023 р. майже на третину перевищило показник попереднього року. В цілому, за даними Союзу хіміків України, за результатами 2023 р. мало місце зниження експорту на 47 % порівняно з 2021-м; експорт азотних добрив (у вартісному вираженні) зменшився більш як у чотири рази порівняно з попереднім періодом; майже втрачено експорт полімерної продукції. З огляду на це, українські виробники полімерних матеріалів тепер суттєво залежать від імпоротної сировини. Нині діяльність підприємства ТОВ «Карпатнафтохім» «Карпатсмоли» припинено, що негативно позначається на виробництві первинних пластмас. За підсумками січня — листопада 2023 р., імпорт в Україну пластмасових виробів зріс порівняно з аналогічним попереднім періодом на 12,2 %, а гумових виробів — склав 122 % від рівня 2022 р. Це свідчить про те, що вітчизняне виробництво пластмасових виробів не відновилося і внутрішній ринок насичується за рахунок імпортних поставок.

Таблиця 2. Найбільші товарні групи хімічної промисловості, що формували від'ємне сальдо у 2022 і 2023 рр.

Код і назва товарів згідно з УКТЗЕД	Імпорт у 2022 р.		Сальдо (2022 р.), тис. дол.	Імпорт у 2023 р.		Сальдо (2023 р.), тис. дол.
	тис. дол.	% до 2021 р.		тис. дол.	% до 2022 р.	
39 Пластмаси, полімерні ма- теріали	2 469 625,2	68,7	-2 045 120,2	2 798 188,4	113,3	-2 520 541,9
30 Фармацевтична продукція	1 856 232,8	60,7	-1 621 629,6	2 141 885,9	115,4	-1 863 233,9
31 Добрива	799 307,0	48,0	-629 095,0	1 231 188,6	154,0	-1 196 209,1
38 Різноманітна хімічна про- дукція	1 265 011,4	73,0	-1 131 277,8	1 218 016,5	96,3	-1 120 096,3
40 Каучук, гума	777 694,8	63,7	-732 056,1	934 010,9	120,1	-888 224,4
33 Ефірні олії	520 274,5	60,3	-448 764,4	805 286,1	154,8	-749 109,1
29 Органічні хімічні сполуки	617 532,8	77,1	-481 833,9	616 005,0	99,8	-495 910,1

Джерело: розраховано авторами за: Зовнішня торгівля окремими видами товарів за країнами світу. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

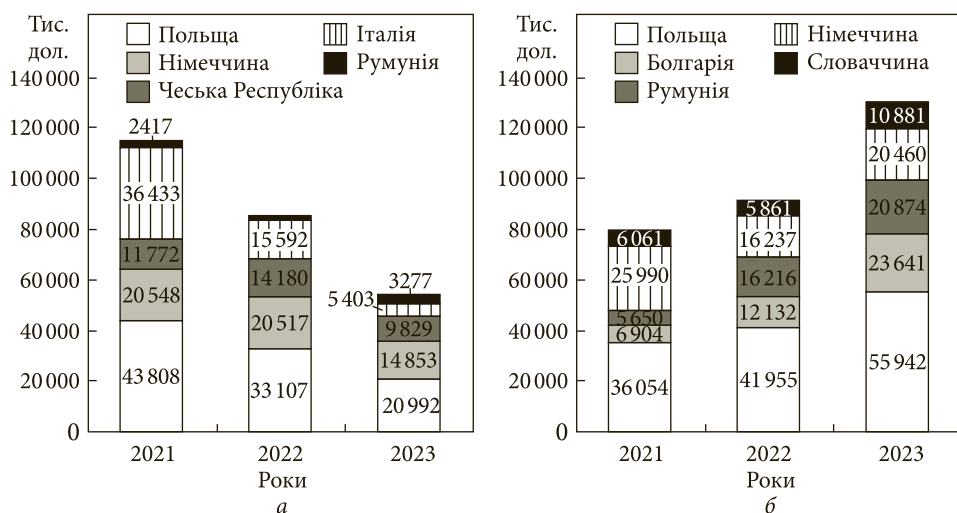


Рис. 2. Найбільші країни-партнери ЄС за товарною групою «28 Продукти неорганічної хімії» у 2021—2023 рр.: а — експорт; б — імпорт

Джерело: складено авторами за: Trade Map. ITC. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c804%7c%7c%7c42%7c28%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 та https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c804%7c%7c%7c42%7c28%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

Нині стан на внутрішньому споживчому ринку гірше відстежується Держстатом, але тенденції, закладені в довоєнні часи, на наш погляд, зберуться. Незважаючи на значну міграцію, яка, звичайно, впливає на загальну виручку торгівлі, відносні цифри обсягу роздрібного товарообороту українських товарів є досить оптимістичними для виробників фармацевтичних товарів, побутової хімії, засобів догляду за автомобілями (табл. 1).

На наш погляд, попит на місцеві й локальні продукти зростатиме через їх меншу вартість порівняно з імпортними товарами і патріотичні настрої населення. Відповідно, це досить перспективні ніші для українського підприємництва. Позитивний ефект на сальдо зовнішньої торгівлі мають чинити заходи з витіснення імпорту на внутрішньому ринку за позиціями, наведеними в табл. 2, які демонструють, що два роки поспіль від'ємне сальдо в першу чергу формують дві товарні групи — пластмаси, полімерні матеріали і фармацевтична продукція.

Галузь демонструє негативні тренди й у зовнішній торгівлі з країнами ЄС, що підтверджується від'ємним торговельним сальдо за більшістю товарних позицій, яке продовжує зростати, і звуженням експорту, в якому домінує сировина (Ishchuk, Koval, 2019). У 2021 р. частка експорту продукції хімічної промисловості в країни ЄС зростає з 4 до 5 % порівняно з 2020 р., а імпорт хімічних товарів з країн ЄС склав 26 % загального обсягу імпорту з ЄС-27. Найбільше за часткою в структурі імпорту хімічних товарів у вартісному вираженні завозилося фармацевтичної продук-

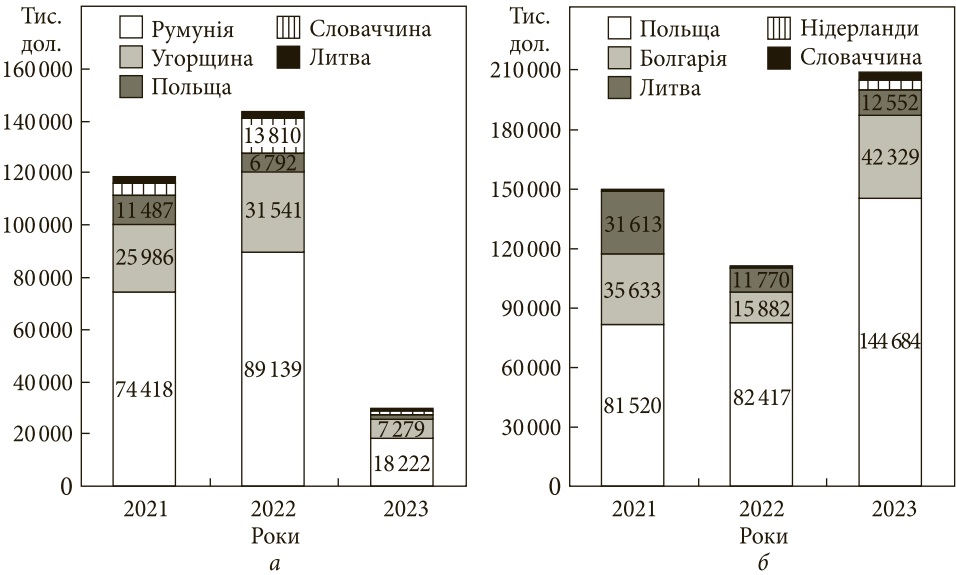


Рис. 3. Найбільші країни-партнери ЄС за товарною групою «3102 Добрива мінеральні або хімічні, азотні» у 2021—2023 рр.: а — експорт; б — імпорт
Джерело: складено авторами за: Trade Map. ITC. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c804%7c%7c%7c42%7c3102%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 та https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c804%7c%7c%7c42%7c3102%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

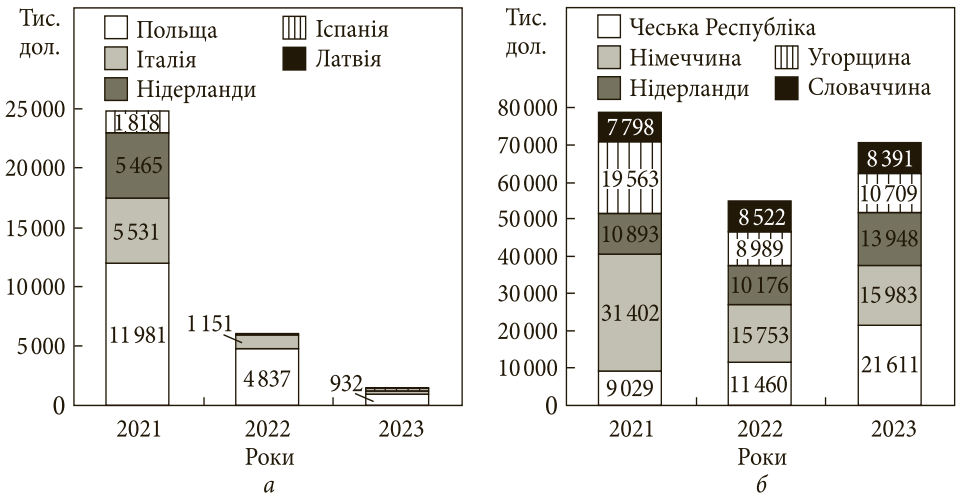


Рис. 4. Найбільші країни-партнери ЄС за товарною групою «3901 Полімери етилену в первинних формах» у 2021—2023 рр.: а — експорт; б — імпорт
Джерело: складено авторами за: Trade Map. ITC. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c804%7c%7c%7c42%7c3901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 та https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c804%7c%7c%7c42%7c3901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

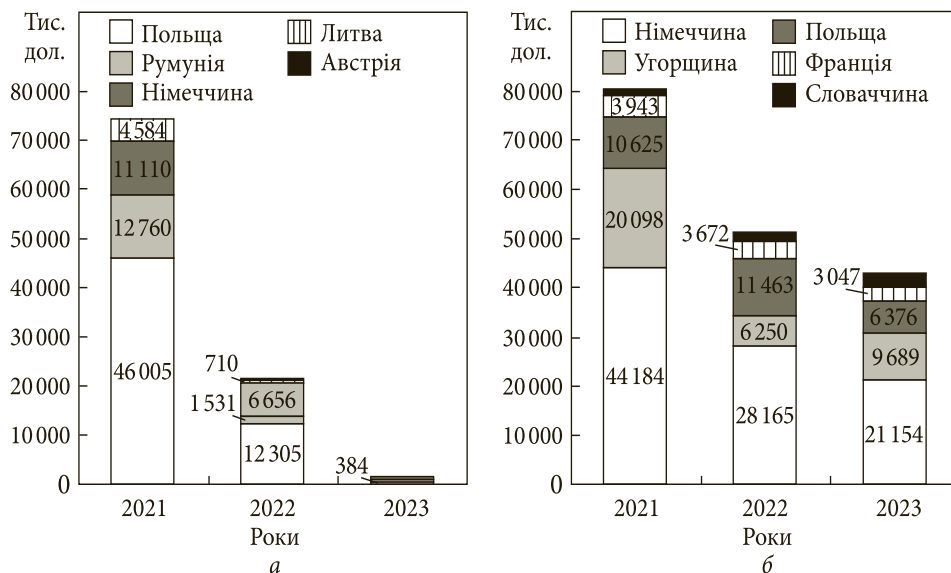


Рис. 5. Найбільші країни-партнери ЄС за товарною групою «3904 Полімери вінілхлориду або інших галогенованих олефінів у первинних формах» у 2021—2023 рр.: а — експорт; б — імпорт

Джерело: побудовано авторами за: Trade Map. ITC. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c42%7c%7c%7c3904%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c3%7c1%7c1%7c1%7c1 та https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c42%7c%7c%7c3904%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c3%7c1%7c1%7c1

ції (26,8 %), пластмас і полімерних матеріалів (23,7 %). Додатне торговельне сальдо в торгівлі хімічними товарами з країнами ЄС у 2021 р. Україна мала лише по продуктах неорганічної хімії, однак їх частка в загальному обсязі експорту хімічних товарів склала лише 0,6 %. З 2022 р. погіршилася ситуація з експортом і цих товарів хімічної промисловості. За даними 2023 р., обсяги імпорту продуктів неорганічної хімії утримують перевищують показники експорту з топ-5 країн ЄС — торговельних партнерів України (рис. 2).

Що стосується мінеральних добрив (група товарів УКТ ЗЕД 31), то можна відзначити зростаючий імпорт мінеральних добрив, викликаний об'єктивними факторами. Якщо раніше аміачна селітра в Україні вироблялася з орієнтацією на експорт, то нині, в умовах війни і введення українських санкцій проти російських і білоруських імпортерів, попит на неї динамічно зростає на внутрішньому ринку. Скорочення експорту відбувається завдяки не тільки зростанню внутрішнього попиту, а й скороченню попиту на світовому ринку. Аміачна селітра українського походження має масу тарифних і нетарифних обмежень на ринках інших країн, передусім у ЄС. Її експорт туди стає дедалі обтяжливим, а зростаючий внутрішній попит на мінеральні азотні добрива дедалі повніше задовольняється за рахунок імпорту (рис. 3).

Таблиця 3. Найбільші ринки хімічної продукції країн ЄС-27 у 2022 р.

Місце	Країни	Обсяг торгівлі, млрд євро	%
1	США	78	16,3
2	Китай	77	16,1
3	Велика Британія	56	11,6
4	Швейцарія	28	5,8
5	Туреччина	20	4,2
6	Південна Корея	19	3,9
7	РФ	16	3,4
8	Японія	14	3,0
9	Індія	14	2,8
10	Бразилія	10	2,0
...			
26	Україна	4	0,8
...			
Р а з о м по EU-27		477,6	100

Джерело: складено авторами за: 2023 Facts And Figures Of The European Chemical Industry. *cefic*. URL: <https://cefic.org/a-pillar-of-the-european-economy/facts-and-figures-of-the-european-chemical-industry/> (дата звернення: 19.04.2024).

Основними імпортними продуктами були полімери і пластмаси (майже чверть імпорту хімічних товарів). Імпорт з країн ЄС, зокрема, полімерів етилену в первинних формах і каучуків, ПВХ постійно зростає. Натомість показники експорту в ці країни у 2023 р. демонструють катастрофічно низькі значення (рис. 4 і 5).

Переробка полімерної продукції в Україні розвивається незадовільними темпами з огляду на незабезпеченість власною сировиною для полімерів. За даними Міністерства економіки України¹⁰, у 2022 р. імпорт пластмас і полімерних матеріалів тільки з країн ЄС скоротився на 24,2 %, фармацевтичної продукції — на 35,9 %, іншої хімічної продукції — на 20,2 %. Однак наразі Україна розглядає ринок хімічної продукції ЄС як один із найперспективніших, хоча її частка на його ринку є незначною: на Україну припадає всього 0,8 %, і вона посідає 26-те місце (табл. 3). Позиції української хімічної промисловості на цьому ринку суттєво послаблює зростання цін на газ для вітчизняних товаровиробників.

¹⁰ Вісник торгівельних відносин Україна — ЄС, 2022. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=en-GB&id=764d2192-0611-4467-a9ac-deeb578fce4e&title=BulletinOfUkraineEuTradeRelations-2022>

ЄВРОПЕЙСЬКІ ІМПЕРАТИВИ РОЗВИТКУ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА УКРАЇНУ

Хімічна промисловість ЄС до 2050 р. має амбітні плани щодо завершення модернізації і подальшого розвитку як кліматично нейтральна і циркулярна галузь, що забезпечується переходом на цифрові технології та інноваційним розробленням безпечних і стійких хімікатів. Багато змін, пов'язаних з екологічним підходом до виробництва хімічної продукції, визначаються нормативними актами ЄС і внутрішніми директивами окремих країн. Ці зміни супроводжуються низкою ініціатив, такими як використання сировини природного походження, енергозберігаючі технології виробництва або скорочення викидів CO₂.

Загальні вимоги до промислового сектору означено в Новій промисловій стратегії Європи, пакеті промислової політики ЄС¹¹, інших нормативно-правових документах ЄС, зокрема, у Директиві 2010/75/ЄС з регулювання діяльності промислових секторів (упровадження Найкращих доступних технологій та методів управління), і передбачають імплементацію в усіх галузях промисловості країн — членів ЄС. Обіг хімічних речовин і хімічної продукції на ринку ЄС регулюється низкою основних документів ЄС¹². Водночас промислова політика має враховувати специфічні потреби й особливості окремих секторів, тому до основного документа політичних рішень для переходу до кліматично нейтральної Європи — Європейської зеленої угоди (EU Green Deal) — були включені сталеливарна, цементна, текстильна, а також хімічна промисловість з метою мобілізації цих секторів до запровадження економіки замкнутого циклу і тривалого стійкого зростання.

¹¹ Законодавчі ініціативи ЄС, ухвалені у 2023—2024 рр.: Закон про нульову чисту промисловість — Regulation (EU) 2024/1735 of the European Parliament and of the Council of 13 June 2024 on establishing a framework of measures for strengthening Europe's net-zero technology manufacturing ecosystem and amending Regulation (EU) 2018/1724, 2024/1735, 28.6.2024. URL: <http://data.europa.eu/eli/reg/2024/1735/oj>; Закон ЄС про важливу сировину — European Critical Raw Materials Act. URL: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal/green-deal-industrial-plan/european-critical-raw-materials-act_en; План реформи ринку електроенергії у ЄС, щоб зробити його більш стійким і забезпечити енергетичний перехід.

¹² Регламент REACH № 1907/2006 від 18.12.2006 р. щодо виробництва, надання на ринку та використання хімічних речовин та хімічної продукції — Regulation (EC) No 1907/2006 — Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals (REACH) Latest update: 14/03/2024. URL: <https://osha.europa.eu/en/legislation/directives/regulation-ec-no-1907-2006-of-the-european-parliament-and-of-the-council>; Регламент ЄС № 1272/2008 CLP — Regulation (EC) No 1272/2008 — classification, labelling and packaging of substances and mixtures (CLP) Latest update: 14/03/2024 (URL: <https://osha.europa.eu/en/legislation/directives/regulation-ec-no-1272-2008-classification-labelling-and-packaging-of-substances-and-mixtures>) щодо класифікації, маркування та пакування небезпечних хімічних речовин та сумішей, яким доповнено механізми Регламенту REACH у частині виконання зобов'язань виробників та імпортерів хімічної продукції щодо введення в обіг незареєстрованих речовин згідно з Регламентом REACH № 1907/2006.

Трансформація європейської хімічної промисловості дозволить упровадити нові технологічні рішення в інші галузі, зокрема, для подовження терміну служби вітрових турбін, перетворення відходів на екологічно чисте волокно для вторинного використання в текстильній промисловості тощо.

Однак наслідки російської війни проти України впливають і на європейську хімічну промисловість, що виражається в зниженні попиту на продукцію, здорожчанні енергоресурсів, зростанні процентних ставок та інфляції. За результатами січня — вересня 2023 р. в хімічній галузі ЄС виробництво впало на 10,6 %; у III кварталі 2023 р. також знизилося завантаження потужностей до 74,1 %¹³.

Досягнення нових цілей європейської хімічної промисловості з кліматичної нейтральності потребує виконання вимог щодо:

- забезпечення справедливого і рівного доступу до сировини й енергії за конкурентоспроможними цінами, сприятливих правових і регуляторних умов. Для залучення інвестицій у нові потужності галузі потрібен доступ до найважливіших ресурсів, зокрема енергії та сировини, за конкурентними цінами;
- скоординованої взаємодії між промисловою, кліматичною, екологічною й енергетичною політикою ЄС, кращого розуміння її сукупного впливу на витрати;
- забезпечення дотримання нових законодавчих положень щодо посилення кліматичної нейтральності. Ключовою вимогою стосовно майбутньої конкурентоспроможності хімічної промисловості є створення стабільного і передбачуваного нормативно-правового середовища. Нові положення щодо діяльності підприємств хімічної промисловості стосуються охорони здоров'я, безпеки і захисту навколишнього середовища, зміни клімату й питань енергетики і суворо регулюються законодавством. Проте такі фактори, як зміни валютних курсів, висока вартість робочої сили, регуляторний і податковий тягар, можуть обмежити розвиток європейської хімічної промисловості (Шевцова, 2020).

Проблеми трансформації хімічної промисловості є актуальними і в Україні, яка перебуває на шляху євроінтеграції, що супроводжується адаптацією законодавства до стандартів Європейського Союзу. Підтвердженням цьому є активізація роботи між Україною і ЄС з підготовки підписання Угоди про оцінку відповідності та прийнятності промислових товарів (Agreements on Conformity Assessment and Acceptance of Industrial Goods) щодо 27 секторів¹⁴. Водночас для виконання всіх вимог Угоди в частині технічних бар'єрів у торгівлі крім норм так званого Нового підходу, що вже ввійшли до неї, необхідно включити й інші нормативні акти, які діють у ЄС і визначають питання безпечності нехарчових товарів (хімікатів, косметики, фармацев-

¹³ The european chemical industry. A vital part of Europe's future. URL: https://cefic.org/app/uploads/2023/12/2023_Facts_and_Figures_The_Leaflet.pdf

¹⁴ Визначено в Додатку III Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_a11#n3

тичної продукції тощо)¹⁵. Гармонізація цих норм є важливим етапом у частині належного виконання Угоди про асоціацію, що посилить перспективи України в контексті впровадження Європейського зеленого курсу та його впливу на торговельно-економічні відносини між Україною і ЄС.

У 2024 р. українська сторона (у особі президента Союзу хіміків України О. Голубова) приєдналася до кола підписантів «Антверпенської декларації про Європейську промислову угоду», долучившись таким чином до європейського плану дій із створення стійкого і конкурентоспроможного промислового сектору через підтримку й збереження базових енерго- і наукомістких галузей промисловості (хімічної, деревообробної, сталеливарної, текстильної, паперової, скляної, керамічної тощо) на період енергетичного переходу. Це дозволить привернути увагу до проблем хімічної галузі й вітчизняної галузевої науки як важливої ланки в процесі розробки пріоритетних проєктів щодо внутрішньої переробки і самозабезпечення сировиною, розвитку інноваційних процесів у галузі й наукового супроводу проєктів з огляду на створення кращих інвестиційних перспектив.

ЄС послідовно впроваджує сталі / «зелені» публічні закупівлі, які в Україні ще не досить розвинуті. Розширення практики їх використання має сприяти розвитку імпортозаміщення, зміні суспільного споживання, забезпечити підвищення рівня обізнаності представників влади, українських компаній і підприємств щодо їх застосування. Сталі публічні закупівлі дозволяють ефективніше здійснювати державні закупівлі із застосуванням як критеріїв відбору вимог екологічних і соціальних стандартів, використанням інструменту розрахунку вартості життєвого циклу предмета закупівель (Барановська та ін., 2013). Такий підхід відповідає вимогам законодавства ЄС і багатьох країн світу, Закону України «Про публічні закупівлі», Угоди СОТ про державні закупівлі (Agreement on Government Procurement), Стратегії реформування системи публічних закупівель («дорожня карта»), затвердженої Кабінетом Міністрів України¹⁶.

Дослідження досвіду країн ЄС доводить¹⁷, що врахування екологічних критеріїв під час державних публічних закупівель підвищить конкурентоспроможність суб'єктів господарювання на світовому ринку і сприятиме розширенню ринкової частки малих і середніх підприємств. У міжнародній практиці сприяння розвитку зеленої економіки реалізується багато проєктів, які стимулюють до впровадження сталих / «зелених» закупівель у різних секторах промисловості, зокрема, і в таких пріоритетних галузях хіміч-

¹⁵ Інтеграція в рамках асоціації: динаміка виконання угоди між Україною та ЄС. Аналітичний звіт. Вид. п'яте, допов. За ред. В. Мовчан, І. Коссе. 2023. 179 с. URL: http://www.ier.com.ua/files/Projects/Integration_UA_EU/Report_Integration_final_ua.pdf

¹⁶ Про Стратегію реформування системи публічних закупівель («дорожню карту»). Розпорядження Кабінету Міністрів України № 175-р від 24.02.2016 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/175-2016-%D1%80#Text>

¹⁷ SPP Regions. Annual Monitoring Report 2017. 17 p. URL: <https://ec.europa.eu/research/participants/documents/downloadPublic?documentIds=080166e5b21ce7b5&appId=PPGMS>

ної промисловості, як виробництво термоізоляційних матеріалів, фарбувальних матеріалів, мийних і чистильних засобів, фармацевтика тощо. Наприклад, досвід Німеччини¹⁸ в застосуванні «зелених» закупівель показує, що компанії, які прагнуть до здійснення екологічно чистих закупівель, можуть розраховувати на підтримку відповідних державних агенцій вищого рівня організаційної ієрархії, а правила «зелених» закупівель включено до існуючих умов закупівель.

Українська хімічна галузь має відбудовуватися з урахуванням вимог ЄС щодо забезпечення стійких продовольчих систем і Європейського зеленого курсу. До того ж у ЄС обґрунтовано важливість стимулювання інновацій у галузі безпечних і стійких хімічних речовин для захисту громадян і навколишнього середовища (The EU's chemicals strategy for sustainability towards a toxic-free environment)¹⁹, а також зобов'язання щодо введення обмежень згідно з ухваленою Європейською комісією «дорожньою картою» обмежень груп токсичних хімікатів. Ці документи повинні стати орієнтирами для розвитку вітчизняної хімічної промисловості, сприяти підвищенню стійкості й конкурентоспроможності підприємств галузі.

ПЕРШОЧЕРГОВІ ЗАВДАННЯ ВІДНОВЛЕННЯ І ПІДВИЩЕННЯ СТІЙКОСТІ ГАЛУЗІ

Першочерговими завданнями відбудови хімічної промисловості мають стати такі.

У частині забезпечення відновлювального розвитку хімічної промисловості в процесі подолання наслідків війни:

- модернізація (створення) базових виробництв хімічної галузі в повоєнний період на сучасній технічній і технологічній базі, особливо щодо постраждалих підприємств, які зазнали руйнувань або опинилися в зоні ведення бойових дій; затвердження на рівні Кабінету Міністрів України переліку базової хімічної продукції стратегічного значення для національної економіки і гарантії інвестиційної підтримки щодо реалізації інвестиційних проектів з модернізації / відновлення таких виробництв;
- створення конкурентних імпортозаміщуючих виробництв і збільшення частки хімічної продукції на внутрішньому ринку, насамперед, для технологічних потреб галузей промисловості й будівництва (добавки до бензинів, хімічні харчові добавки, поверхнево-активні речовини, технології виготовлення неформових виробів для використання в будівництві, нанополімери для будівництва і ремонту доріг тощо);

¹⁸ Green public procurement. *Umwelt Bundesamt*. URL: <https://www.umweltbundesamt.de/en/topics/economics-consumption/green-public-procurement#strap-14572> (дата звернення: 19.03.2024).

¹⁹ The Return of Industrial Policy in the European Union. *Green European Journal*. 2023. Feb 07. URL: <https://www.greeneuropeanjournal.eu/the-return-of-industrial-policy-in-the-european-union/> (дата звернення: 21.04.2024).

- для підтримки вітчизняних імпортозаміщуючих виробництв, що припинили діяльність з різних причин, встановлення контактів з їх власниками і проведення з ними перемовин щодо відновлення діяльності підприємств (зокрема, ТОВ «Карпатнафтохім»), налагодження відносин з потенційними інвесторами для післявоєнної відбудови підприємств з виробництва азотної хімії, полімерних матеріалів тощо;

- з метою відновлення і нарощування експортного потенціалу галузі в традиційних нішах впровадження дієвих механізмів фінансової підтримки експортерів, зокрема, створення дієздатних систем експортного кредитування і страхування, інформаційно-консультативної підтримки реєстрації вітчизняної хімічної продукції (хімічних речовин) у країнах ЄС відповідно до Регламентів REACH/CLP;

- забезпечення імплементації національної науково-технічної регуляторної бази, наприклад, у частині виконання міжнародних зобов'язань щодо імплементації в Україні системи національних інформаційно-технічних довідників за найкращими доступними хімічними технологіями, що гармонізована з EU Best Available Techniques reference documents (BREFs), надання їм статусу нормативних документів;

- для підтримки вітчизняного товаровиробника посилення захисту внутрішнього ринку від недобросовісної конкуренції на основі використання модернізованої нормативно-правової бази з торговельного захисту (нові редакції законів України «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну», «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту») (Ковеня, Деева, 2017);

- доопрацювання, з огляду на нові виклики, і ухвалення стратегії модернізації хімічної промисловості України²⁰ й програми відновлення хімічної промисловості в повоєнному періоді, затвердження переліку пріоритетних інвестиційних проектів з розвитку хімічної промисловості на період до 2030 р.;

- активізація діяльності галузі згідно із затвердженою концепцією всеукраїнської платформи «Зроблено в Україні», яка потребує наповнення її змісту конкретними адресними заходами. Водночас при плануванні заходів щодо відновлення хімічної промисловості необхідно провести аудит і діагностику стану справ у кожному сегменті галузі, передусім пов'язаних із зміцненням обороноздатності країни (виробництво вибухових речовин), з метою визначення «вузьких місць» і викликів, що постали перед вітчизняною хімічною промисловістю;

- розширення повноважень галузевих асоціацій при ухваленні стратегічних управлінських рішень щодо промислового розвитку, зокрема і в хімічній промисловості;

²⁰ Стратегія розвитку хімічної промисловості. ДП «Черкаський НДІТЕХІМ» науково-дослідний інститут. URL: <http://www.nditekhim.com.ua/strategiya-rozvytku-himichnoyi-promyslovosti-ukrayiny.html> (дата звернення: 02.04.2024).

- удосконалення нормативно-правової бази щодо сприяння переробці хімічних речовин і гармонізованому збиранню, сортуванню й механічній переробці відходів хімічних виробництв і розвиток ринків вторинної сировини на основі принципів європейських підходів щодо сталості й прискорення переходу до циркулярної економіки (The Committee of the Regions. A new Circular Economy Action Plan For a cleaner and more competitive Europe, Plastics Europe. Sustainability)²¹.

У частині забезпечення сталого розвитку хімічної промисловості:

- довгостроковим пріоритетом залишається декарбонізація економіки, у тому числі промисловості (підвищення енергоефективності, розвиток циркулярної економіки і синхронізація з Європейським зеленим курсом). Ст. 365 Угоди про співробітництво України з ЄС охоплює цілі розвитку стратегії щодо навколишнього середовища, у сферах покращення якості повітря, якості води і управління водними ресурсами, відходами і ресурсами; промислове забруднення хімічними речовинами, що спричиняє необхідність включення в промислові стратегії інвестування в технології хімічної нейтралізації наслідків, виробництво хімічних реагентів, перероблення гумотехнічних відходів у нову сировину. В цьому контексті важливим напрямом, яким займаються хімічні підприємства, є переробка відходів, зокрема гуми, на енергію, спалювання гуми для виготовлення нових гумотехнічних виробів, піроліз²²;

- необхідність першочергового відновлення на принципах «зеленої хімії» навколишнього середовища після руйнівного воєнного впливу, зокрема для замінованих територій, від вибухонебезпечних предметів, незараження територій, забруднених хімічними речовинами, і впровадження технологічних новацій у традиційні процеси хімічних виробництв для мінімізації шкідливого впливу, ефективності й безпечності знищення, знешкодження, оброблення і утилізації відходів, що утворилися внаслідок руйнувань і бойових дій;

- невідкладна практична імплементація в Україні технічного законодавства ЄС у сфері обігу хімічної продукції на внутрішньому ринку; забезпечення відповідності продукції, що виготовляється, міжнародним нормам з екологічної та хімічної безпеки;

- сприяння використанню можливостей європейських програм, спрямованих на створення і передання наукових досягнень бізнесу (проектно-грантові програми ЄС «Горизонт — Європа», європейська технологічна платформа «Стійка хімія»).

²¹ Відновлення та реконструкція повоєнної економіки України. Наук. доповідь. НАН України; ДУ «Ін-т екон. та прогнозів. НАН України». Київ, 2022. 305 с. URL: <http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2024/04/Vidnovlennja-ta-rekonstrukcija-povojennoji-economiky.pdf>

²² В Україні лідером з утилізації гумотехнічних виробів є компанія «УтильВторПром», виробничий комплекс якої відповідає всім екологічним і санітарним нормам України, вимогам Директиви Європейського Союзу ЄС 76/2000.

У частині підтримки галузі для реалізації інвестиційних проєктів:

- ефективним механізмом для підтримки галузі є державно-приватне партнерство і підтримка на цій основі пріоритетних проєктів розвитку шляхом надання державних гарантій. Надання гарантій — одна з найпоширеніших форм участі держави в проєктах державно-приватного партнерства;
- підвищення конкурентоспроможності продукції, що виробляється, на основі поглиблення виробництва готової продукції і матеріалів; розширення ланцюга переробки хімічної сировини, зниження ресурсовитратності виробництва шляхом створення виробництв, необхідних для розвитку інших галузей; залучення підприємств до глобального виробничого ланцюжка і налагодження експорту виробленої продукції спільно з «третіми» державами;
- створення умов для залучення приватних, зарубіжних інвестицій і сучасних технологій, що забезпечують виробництво якісної та конкурентоспроможної хімічної продукції;
- відновлення динаміки й обсягів товарного виробництва є можливим на основі модернізації (реконструкції) діючих хімічних підприємств, реалізації високотехнологічних інвестиційних проєктів. Державна підтримка повинна фокусуватися на структуроутворюючих галузевих і соціально значущих проєктах для забезпечення їх фінансової ефективності. Державні гарантії на портфельній основі як новий фінансовий інструмент, що дає можливість підприємцям отримати банківське фінансування за зниженою процентною ставкою, на наш погляд, дозволять реалізувати галузеві значущі інвестиційні та інфраструктурні проєкти;
- надання пріоритетності реалізації інвестиційних проєктів, передусім для забезпечення потреб ОПК (модернізація внутрішнього виробництва на базі більш глибокої переробки місцевої сировини, використання сучасних технологій, створення замкнутих технологічних циклів у виробництві продуктів неорганічної та органічної хімії, вибухових речовин, титанової продукції, полімерної і гумовотехнічної продукції);
- внесення проєкту з діоксиду титану до портфеля проєктів Фонду розвитку України, що спрямований на реалізацію значних капіталомістких інвестиційних проєктів для відновлення України;
- розширення покриття страхування від воєнних ризиків на техногенно небезпечні підприємства хімічної промисловості;
- стимулювання розвитку композиційних матеріалів і виробів з них.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило констатувати, що через воєнні дії у хімічній промисловості України відбулися небезпечні зміни за всіма аспектами функціонування галузі: руйнування і пошкодження зазнала низка провідних підприємств, зменшилася кількість діючих підприємств, частина з яких зупинилась або була змушена релокуватися до більш безпечних

регіонів через загрозу обстрілів, значно скоротилася чисельність промислово-виробничого персоналу галузі, відбулися падіння попиту на внутрішньому ринку й зміни логістики, зменшення в рази обсягів виробництва і зовнішньоекономічного обороту. Від'ємне зовнішньоторговельне сальдо зросло за більшістю товарних груп, а із зміною зовнішньоекономічних векторів торгівлі спостерігається вкрай незначне проникнення вітчизняних хімічних товарів на європейський ринок.

Відновлення хімічної промисловості має здійснюватися відповідно до сучасних вимог ринку, ключовим орієнтиром яких стають інвестиції в інновації, пов'язані із створенням сучасної технічної і технологічної бази, переробкою відходів, збільшенням використання альтернативної сировини в хімічних процесах, упровадженням досліджень і розробок у галузі хімії, і розвиток промислових біотехнологій, що дозволить у стійкий спосіб відповідати на нагальні виклики суспільства. З метою підвищення конкурентоспроможності хімічної промисловості України такі зрушення покликані сприяти: формуванню інтегрованих структур для виробництва хімічної продукції; створенню кластерів та інших територіальних об'єднань підприємств різних видів економічної діяльності для здійснення національних проєктів.

Потенціал розвитку вітчизняної хімічної промисловості може бути реалізований шляхом відновлення внутрішнього ринку, розширення експорту та інтернаціоналізації хімічних секторів у контексті інтеграції у європейські та міжнародні ланцюги доданої вартості; включення інноваційних підприємств у відповідні європейські програми інноваційного розвитку, програми підтримки переходу українських підприємств на міжнародні технічні стандарти, у кооперації, кластероутворенні й міжкластерній співпраці.

Перспективи подальших розробок, на нашу думку, пов'язані із забезпеченням відновлювального розвитку хімічної промисловості в процесі подолання наслідків війни, передусім щодо реконструкції традиційних базових виробництв і створення нових малотоннажних хімічних підприємств, зокрема в органічній і неорганічній хімії, запуском виробництв полімерної продукції, реалізацією високотехнологічних інвестиційних проєктів для забезпечення обороноздатності країни, локалізацією виробництва і дослідженням можливостей галузі бути залученою до глобальних (європейських) ланцюгів доданої вартості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- Ishchuk, S., Koval, L. (2019). Development of chemical industry in Ukraine and the world: comparative estimation. *Journal of European Economy*. Vol. 18. No. 2. P. 270—284. <https://doi.org/10.35774/jee2019.02.270>
- Ковеня, Т., Деева, О. (2017). Нова редакція Закону України «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну». *Хімічна промисловість України: науково-технічний журнал*. № 3. С. 3—18. URL: <http://nditekhim.com.ua/wp-content/uploads/2018/08/Himichna-promyslist-3-2017-1.pdf>

- Шевцова, Г. (2022). Довгострокові фактори і тенденції розвитку хімічної промисловості України. *Економіка промисловості*. № 2. С. 25—52. <http://doi.org/10.15407/econindustry2022.02.025>
- Шевцова, Г. (2020). Сучасні тренди та пріоритети розвитку європейської хімічної індустрії: аналітичний огляд. *Вісник економічної науки України*. 2(39). 36-45. [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.2\(39\).36-45](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.2(39).36-45)
- Барановська, В., Берзіна, С., Богдан, О. та ін. (2013). Настанова щодо застосування зелених закупівель в державному та приватному секторах економіки. Методичний посібник. Київ, вид-во «Інтерсервіс». 76 с.

Надійшла 10.06.2024

Прорецензована 28.06.2024

Доопрацьована 19.08.2024

Підписана до друку 26.08.2024

REFERENCES

- Ishchuk, S., Koval, L. (2019). Development of chemical industry in Ukraine and the world: comparative estimation. *Journal of European Economy*. Vol. 18. No. 2. P. 270-284. <https://doi.org/10.35774/jee2019.02.270>
- Kovenya, T., Deyeva, O. (2017). The new version of the Law of Ukraine “On the Application of Special Measures Regarding Imports to Ukraine”. *Chemical Industry of Ukraine: scientific and industrial journal*. No. 3. P. 3-18. URL: <http://nditekhim.com.ua/wp-content/uploads/2018/08/Himichna-promyslist-3-2017-1.pdf> [in Ukrainian].
- Shevtsova, H. (2022). Long-term factors and trends in the development of the Ukrainian chemical industry. *Economy of Industry*. No. 2. P. 25-52. <http://doi.org/10.15407/econindustry2022.02.025> [in Ukrainian].
- Shevtsova, H. (2020). Current trends and priorities of the European chemical industry's development: an analytical review. *Herald of the Economic Sciences of Ukraine*. 2(39). 36-45. [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.2\(39\).36-45](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.2(39).36-45) [in Ukrainian].
- Baranovska, V., Berzina, S., Bohdan, O. et al. (2013). Guidelines for the use of green procurement in the public and private sectors of the economy. Kyiv. 76 p. [in Ukrainian].

Received on June 10, 2024

Reviewed on June 28, 2024

Revised on August 19, 2024

Signed for printing on August 26, 2024

Liudmyla Deineko, Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
Head of the Department of Industrial Policy
Ella Sheludko, PhD (Econ.),
Senior Research Fellow of the Department of Industrial Policy
Mariia Zavhorodnia, PhD (Econ.),
Research Fellow of the Department of Industrial Policy
Olha Zarudna, Junior Research Fellow of the Department of Industrial Policy
Institute for Economics and Forecasting of the NAS of Ukraine
26, Panasna Myrnoho St., Kyiv, 01011, Ukraine

CHEMICAL INDUSTRY UNDER THE IMPACT OF WARTIME AND EUROPEAN INTEGRATION CHALLENGES

The trends and threats affecting the development of the industry are highlighted in view of current challenges related, first of all, to the Russian Federation's military aggression against Ukraine. Damage to enterprises, war-induced migration of the population and logistical gaps significantly slowed down the adaptation of producing facilities to new operating conditions, considerably reduced the volume of export shipments and narrowed the range of chemical exports, increased import dependence, complicated import substitution due to the increase in the volume of competing imports, the shortage of qualified personnel, the reduction in investment support for meeting the industry's needs.

The prospects for the development of the industry are linked to the intensification of the innovative development of enterprises through the prism of the implementation of investment projects in the field of deep processing of various types of raw materials, the introduction of new technologies, and the use of public-private partnership tools. The possibilities for recovery of certain chemical sectors based on the implementation of investment projects stimulating import substitution in the industry are studied.

Solving the tasks of recovery and creating new opportunities for industrial business require taking into account the European experience in enhancing the technological and innovation levels of chemical production. The limitations and peculiarities of the European chemical industry's transformation are revealed, and a number of initiatives introduced in Ukraine are analyzed in terms of adapting European experience to the tasks of the post-war recovery of the industry. The post-war recovery of the chemical industry will involve creating a conceptual vision of the industry's economic resilience, which combines: the ability to resist external factors, reduce vulnerability and support the economy's ability to recover, primarily on a new technological basis. Measures are proposed for the restorative development of the chemical industry in the process of overcoming the consequences of the war, for ensuring the resilience of the industry and supporting it in the implementation of strategically important investment projects; the tools for supporting the production of import substitute products are substantiated.

Keywords: *chemical industry; resilience; recovery; import substitution; investment projects; European integration.*

<https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.10.027>

УДК 336.77:338.14

JEL: E50, E59, G21, G30, H81

Є.О. БУБЛИК, д-р екон. наук, с. н. с.,

завідувач відділу грошово-кредитних відносин

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

вул. Панаса Мирного, 26, 01015, Київ, Україна

e-mail: bubl13@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6080-9341>

МОНЕТАРНА ПОЛІТИКА І КРЕДИТНА ПІДТРИМКА ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Розглянуто проблему слабкої функціональної спроможності банківського сектору України в частині кредитної підтримки національної економіки. Розкрито парадокс стагнації банківського кредитування за стрімкого зростання доступної ліквідності, обумовлений особливостями реалізації режиму інфляційного таргетування в малій відкритій економіці в період глобальної нестабільності. Показано, що такі особливості можуть бути характерними й для інших країн, що реалізують режим інфляційного таргетування. Окреслено ключові напрями державної політики для посилення кредитної підтримки економіки.

Ключові слова: монетарна політика; банківське кредитування; інфляційне таргетування; грошова маса; глобальна нестабільність; фінансові механізми розвитку.

Повоєнна відбудова і подальший розвиток економіки України потребують масштабної кредитно-інвестиційної підтримки. У цьому контексті увагу експертів і науковців зосереджено, як правило, на необхідності залучення додаткових обсягів зовнішньої фінансової допомоги і напрямках її використання. Водночас слід також акцентувати на стані й дієвості банківського

Ц и т у в а н н я: Бублик, Є. (2024). Монетарна політика і кредитна підтримка економіки в умовах війни та глобальної нестабільності. *Економіка України*. 67. 10 (755). 27-44. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.10.027>

© Видавець ВД «Академперіодика» НАН України, 2024. Стаття опублікована на умовах відкритого доступу за ліцензією CC BY-NC-ND license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

сектору в Україні з точки зору його функціональної спроможності нагромаджувати і перерозподіляти фінансові ресурси в інтересах структурної відбудови й розвитку національної економіки.

Надзвичайні умови і практика останніх років висвітили низку проблем функціонування вітчизняного банківського сектору, які стають на заваді кредитній підтримці економіки в умовах війни і на етапі її повоєнного відновлення. Зокрема, складно раціонально сприйняти той факт, що у фінансовому секторі України нагромаджено безпрецедентний ресурс, який у край обмежено використовується для кредитно-інвестиційної підтримки. Така, на перший погляд, парадоксальна ситуація має цілий комплекс системних довготривалих причин, у основі яких лежать відсутність цілеспрямованої державної кредитної політики і специфіка моделі монетарного регулювання. Бізнес-модель банківського сектору України, зокрема державного, яка склалася за наявної кредитної політики уряду і монетарної політики НБУ, дозволяє тривале прибуткове функціонування банківських установ без залучення кредитування. Отже, є всі підстави стверджувати, що без кардинального перегляду наявних підходів державної економічної політики і монетарного регулювання використання як існуючого, так і майбутнього ресурсу для потреб відновлення лишатиметься обмеженим і, як наслідок, звужуватиме потенціал економічного розвитку. Відтак розкриття причин і взаємозв'язків, що обумовили можливість функціонування банківського сектору України без залучення кредитної діяльності й визначення заходів усунення цієї функціональної деформації, постає важливим і актуальним науковим завданням.

Отже, **мета статті** — повніше розкрити обмеження кредитного фінансування економічної відбудови в Україні в межах існуючої моделі монетарної політики і обґрунтувати шляхи їх подолання.

Одна з найвагоміших перешкод на шляху відбудови української економіки визначається її усталеним характером. Вітчизняна економіка вже тривалий час є типовою малою відкритою економікою. Для такої моделі характерні переважно сировинний експорт і висока залежність від стабільного надходження іноземної валюти (Кораблін, 2017). Дані особливості взаємопов'язані й визначають як ключові вразливості української економіки, так і межі її структурного розвитку. Ключові вразливості, що відбиваються на фінансовій стабільності України, обумовлені її залежністю від глобальних фінансово-економічних циклів. Природа цієї залежності полягає в стійкому взаємозв'язку кон'юнктури світових сировинних ринків і факторів внутрішньої фінансової стабільності. При цьому практичним втіленням такого характеру є критичний вплив на стабільність обмінного курсу національної валюти. Нестабільність обмінного курсу виступає акумулятором і резонатором внутрішніх макроекономічних дисбалансів від змін глобальної кон'юнктури (Бублик, 2022; 2023).

Проте це зовнішня сторона проблеми. Внутрішня причина полягає навіть не стільки в обмеженості іноземних інвестицій або внутрішнього

капіталу, скільки в неможливості, за поточної моделі державної економічної політики (включно з її монетарною складовою), використовувати вже наявні фінансові ресурси на вільноринкових умовах без загрози втрати контролю за фінансовою стабільністю. Навіть залишаючи поза увагою все ще гостро дискусійне питання доцільності фіскального і монетарного стимулювання економіки, зрозуміло, що погоджена в рамках мейнстріму контрциклічна економічна політика на ліберальних засадах виявляється неспроможною без державного втручання.

Наприклад, у частині фіскально-боргової політики України сприятливі періоди позитивної динаміки кон'юнктури ринків сировинних товарів обумовлювали розширення бюджетних видатків, які стимулювали сукупний попит, передусім, на імпортні товари. При цьому їх споживання збільшувалося. Після коригування цін на сировинні товари на світових ринках бюджетна підтримка сукупного платоспроможного попиту раптово скорочувалася, посилюючи рецесію в споживчому секторі й скорочення надходжень до бюджету. Це спричиняло перехід до бюджетної економії протягом кризових етапів.

Так само і монетарна політика НБУ практично весь час мала проциклічний характер. У сприятливі періоди відбувалося зниження ключової ставки НБУ, яка до цього перебувала на завищених рівнях. Це додатково підживлювало кредитний ринок і ще більше стимулювало споживчий попит в економіці. Періоди ж монетарних шоків змушували НБУ запроваджувати контрпродуктивну жорстку монетарну політику й підвищувати ставку¹.

Фундаментальною причиною тривалого формування в Україні нестабільного економічного базису сировинного експорту, який повністю залежить від фази глобального циклу, виступає загальна пасивність державної економічної політики щодо стимулювання структурного розвитку. За визнанням Міністерства економіки України, більшість запроваджених кредитних програм виконувала роль «формального документа з декларацією про наміри щось зробити»². Наполегливі спроби перейти до режиму інфляційного таргетування також значною мірою поглибили такий стан речей.

У контексті актуальних завдань воєнної витривалості й структурної повоєнної відбудови України зазначені особливості національної економіки мають наслідком функціональну неспроможність фінансового сектору забезпечити їм кредитну підтримку. І проблема полягає вже не в нестачі фінансових ресурсів — у фінансовому секторі України вже нагромаджено значний фінансовий ресурс, однак він практично не використовується.

В умовах повномасштабної війни Україна отримала досить великий обсяг фінансових ресурсів. Згідно з даними НБУ, розмір міжнародної фі-

¹ Під проциклічною розуміється така монетарна політика, коли підвищення ставок відбувається в періоди криз, а зниження — у періоди зростання.

² Стан виконання державних цільових програм у 2016 році. МЕРТУ, 2017. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=0f2d1697-5c03-4c5f-be4b-939a1138cdea>

нансової допомоги на 1 червня 2024 р. становив 87,3 млрд дол. (у тому числі у 2022 р. — 32,1 млрд, у 2023 р. — 43,3 млрд дол.)³. Завдяки цим надходженням уряд фінансує близько половини всіх бюджетних витрат, запобігаючи не лише фінансовій та економічній кризам, а й соціальній. Зовнішнє фінансування дозволяє не тільки утримувати від курсового падіння гривню, а і навіть поповнювати міжнародні резерви.

Отримані від міжнародних партнерів валютні кошти через бюджетні видатки надходили на банківські рахунки юридичних і фізичних осіб, втілюючи небачений в Україні після початку 1990-х років процес грошової емісії. Масштаб емісії, здійсненої в Україні під час війни, відображає динаміка кількісних показників грошово-кредитного ринку за основними статтями:

- грошова база: 01.02.2022 р. — 692,8 млрд грн, 01.04.2024 р. — 1007,1 млрд грн, приріст — 314,3 млрд грн., або 45 %;
- грошова маса, М3: 01.02.2022 р. — 2047,2 млрд грн, 01.04.2024 р. — 3128,5 млрд грн, приріст — 1081,3 млрд грн, або 53 %⁴.

Потрібно також згадати і стерилізований за цей час ресурс. НБУ з лютого 2022 р. по травень 2024 р. викупив на валютному ринку 58,1 млрд дол., тим самим стерилізувавши понад 2 трлн грн. Також понад 0,3 трлн грн НБУ абсорбував за допомогою депозитних сертифікатів. Ще близько 0,2 трлн грн за цей самий період абсорбував уряд, збільшивши обсяг випущених ОВДП. З урахуванням додатково нагромадженого за період повномасштабної війни в банківських установах ресурсу (депозити, залишки на кореспондентських рахунках і резерви в сукупності становлять 1,2 трлн грн), готівкової гривні (0,15 трлн грн) та іноземної валюти поза банками (21,9 млрд дол.), у цілому за 2022—2024 рр. приріст наявного і потенційного грошового ресурсу у фінансовому секторі України склав 4,6 трлн грн., з них щонайменше 1,5 трлн грн пройшли через банківську систему (табл. 1).

Як наслідок такої потужної емісії і скорочення ВВП у 2022 р., коефіцієнт монетизації економіки України у 2022—2023 рр. зріс з 0,38 до 0,5. Проте таке суттєве збільшення грошей в економіці не спричинило приросту кредитування. Кредитний портфель банків за період війни в абсолютному значенні скоротився на 5 %, у відносному — з 19 до 14 % ВВП. Таким чином, величезний обсяг потенційного кредитно-інвестиційного ресурсу в економіці України не використовується, а навпаки, акумулюється в певних, переважно ліквідних, формах. Зрозуміло, що не вся показана сума може бути використана для кредитування. Значна частина готівки в умовах війни і обмеженої інклюдії перманентно лишатиметься поза банками. Підвищений рівень резервів у банківській системі також є необхідним, а частина іноземної валюти витрачається за кордоном українськими біженцями. Крім того, показану суму не слід розглядати як запас. Це потік, який

³ Щомісячний макроекономічний та монетарний огляд. НБУ, Червень 2024. С. 29. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/MMR_2024-06.pdf?v=7

⁴ Грошово-кредитна статистика. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial> (дата звернення: 01.07.2024).

потенційно міг би бути використаний банками для кредитування за дієвості фінансово-кредитного механізму. До того ж, обсяг кредитного ресурсу, в разі потреби, навіть може бути ще збільшений, зокрема, за:

- використання інструментів сек'юритизації банківських активів. Станом на 1 квітня 2024 р. кредитний портфель банків, класифікований за 1 класом ризику боржника, складав понад 250 млрд грн, а портфель ОВДП у власності банків — 680 млрд грн. Під забезпечення цих активів можна здійснювати цільове рефінансування;
- зваженої емісії під цільове рефінансування банків і фінансування державного боргу, підкріпленого рекордним обсягом міжнародних валютних

Таблиця 1. Динаміка окремих показників приросту грошових ресурсів в Україні

Форма нагромадженого ресурсу	2021 (на кінець періоду)	01.04.2024	Приріст
Переказні депозити *, млрд грн	1018,2	1647,8	629,6
Депозитні сертифікати НБУ, млрд грн	212,8	543,5	330,7
Залишки на кореспондентських рахунках, млрд грн	51,6	281,7	230,1
Обов'язкові резерви у встановленому нормативі **, млрд грн	52,6	372,6	320,0
Приріст наявного грошового ресурсу в банківській системі, р а з о м, млрд грн			1512,4
Іноземна валюта поза банківським сектором ***, млрд дол.	98,4	120,3	21,9
Готівка поза банками, млрд грн	583,5	735,5	152,0
Міжнародні резерви НБУ, млрд дол.	30,9	43,8	12,9
Приріст потенційного грошового ресурсу (без урахування міжнародних резервів НБУ), р а з о м, млрд грн			1030,2
Стерилізація НБУ грошової маси через продаж іноземної валюти на ринку за період з лютого 2022 р. по квітень 2024 р. ****			
Млрд дол.			58,1
Млрд грн			2041,7
Усього грошового ресурсу (наявного, потенційного і стерилізованого) в економіці України у 2022—2024 рр., млрд грн			4584,3

П р и м і т к и: * — до переказних депозитів відносяться кошти на рахунках до запитання; ** — дані наведено станом, відповідно, на 11.01.2022 р. і 01.04.2024 р.; *** — дані наведено станом, відповідно, на 10.01.2022 р. і 01.01.2024 р.; **** — від'ємне сальдо операцій НБУ на валютному ринку.

Джерело: складено автором за: Грошово-кредитна статистика НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial> (дата звернення: 01.07.2024).

резервів НБУ. Станом на 1 квітня 2024 р. обсяг валових резервів у 5,5 разу перевищив середньомісячний обсяг імпорту. Звичайно, міжнародні резерви НБУ не можуть бути прямо використані на кредитування економіки, але вони дають певні гарантії курсової стабільності в разі проведення зваженої емісії⁵. Слід зазначити, що більшість цих інструментів нормативно дозволені до використання в Україні й у поодиноких випадках уже застосовувалася.

Таким чином, завдяки міжнародній допомозі у 2022—2023 рр. в українській економіці був сформований безпрецедентний фінансовий капітал, потенціал якого сягає 4—5 трлн грн, але він не використовується в інтересах економічної відбудови й оборони. Цей факт слугує наочною ілюстрацією **обмеженої інституціональної спроможності держави вільно залучати наявний фінансових ресурс**. Такий висновок зроблено з огляду на те, що більша частина даного ресурсу акумулюється на рахунках державних банків, оскільки їм належить понад 50 % активів банківського ринку, і на рахунках НБУ в процесі стерилізації ним вільної ліквідності через депозитні сертифікати. Відповідно, держава так чи інакше несе відповідальність за те, що абсолютна більшість фінансових ресурсів, які надійшли в українську банківську систему, не перетворюється на кредити. Це обумовлено пріоритетом завдань фінансової стабільності, комерційної прибутковості державних банківських установ і цінової стабільності для НБУ. Саме ці фактори є первинними. По відношенню до них навіть завищена облікова ставка — похідний фактор, хоча вона також суттєво стримує банківське кредитування в цілому.

Все це є певним проявом національної десуверенізації у монетарній сфері. Створення передумов для направлення цих коштів у економіку має стати одним з ключових завдань державної економічної політики. При цьому зазначимо, що, хоча забезпечення стійкості державного бюджету є безумовним пріоритетом фіскальної і важливим завданням монетарної політики, після переходу війни у фазу витривалості завдання економічного стимулювання набуває особливої ваги, отже, і монетарна, і фіскальна політика повинні його також урахувати.

Слід визнати, що практика стерилізації вільної ліквідності й утримання її поза грошово-кредитним ринком має глибокі об'єктивні причини, притаманні не лише малим відкритим економікам. Останнім часом вони характерні, наприклад, і для більш розвинутих країн ЄС. У цілому за економічного спаду і в передових економіках монетарні регулятори виявилися неспроможними підтримати кредитну активність банків. Так, у ЄС банківське кредитування нефінансових корпорацій стагнуло з 2009 р., а в деяких країнах навіть скорочується (Sleibi et al., 2023). Але для малих відкритих економік ці причини поглиблюються структурними та інституційними вадами, а принципова неможливість їх подолання пов'язана насамперед з відсутністю цілеспрямованої державної кредитної політики.

⁵ Статистика фінансового сектору. Грошово-кредитна статистика. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial>

Основні структурні відмінності малої відкритої економіки з недоформованим фінансовим ринком полягають у крихкій валютній стабільності. Наслідками цього є іманентно вищий рівень системного ризику і високі кредитні ставки. Слабкість національної валюти обмежує малу відкритую економіку в її можливостях кредитного розширення традиційними або нетрадиційними монетарними методами — зниженням ставок чи операціями з постання ліквідності на відкритому ринку. Цьому є три ключові причини.

По-перше, великий ризик того, що в умовах спаду (коли зазвичай і виникає потреба в кредитному стимулюванні) емітована ліквідність направлятиметься переважно на валютний ринок, що може спровокувати девальвацію. При цьому зниження ставок спричинятиме девальвацію внаслідок перетікання капіталу за кордон у більш надійні або дохідні юрисдикції.

По-друге, малі відкриті економіки, як правило, не мають власного розвинутого виробництва і тому ліквідність спрямовуватиметься здебільшого в сегмент короткострокового споживчого кредитування і сферу торгівлі, тобто підтримуватиме імпорт. Кредитування також буде спрямовано в сировинний сектор, що лише посилюватиме вразливість такої економіки до раптових змін кон'юнктури на сировинних ринках. Водночас кредитуванню технологічних та інноваційних напрямів діяльності перешкоджає невизначеність щодо їх перспектив за нульової толерантності центробанку до додаткових ризиків.

Це є ключові структурні вади малої відкритої економіки в монетарній сфері. Однак визначальна причина того, що в Україні величезний обсяг грошей не перетворюється на кредит у економіці, пов'язана з тим, що, з огляду на ризики девальвації та інфляції, у рамках дотримання режиму жорсткого інфляційного таргетування для НБУ простіше зв'язати і утримувати емітовані кошти в межах банківської системи. Незв'язана грошова маса поза банками поступово переводиться в іноземну валюту і створює додатковий тиск на курс, а відтак і інфляцію. Крім того, є підстави вважати, що додатково до затиснення кредитного механізму призводить і занижений рівень встановленого таргета (Геєць, Гриценко, 2013; Кораблін, 2023).

Усе це й обумовлює парадокс у монетарній сфері України — кредитну стагнацію за кратного збільшення грошового ресурсу. Проте, чи є така ситуація специфічною особливістю української монетарної політики? Аналіз зарубіжного досвіду після 2008 р. показує, що такий парадокс, радше, є системною вадою сучасного монетарного регулювання. У загальному випадку теорія монетарного мейнстріму, все ще поширеного на даному етапі, у теоретичному обґрунтуванні передбачає регулювання економічної активності зміною ставки процента. Згідно з монетаристською теорією, гроші нейтральні в довгостроковому періоді й тому не порушують ринкових механізмів, крім як через зміну рівня цін, який потрібно контролювати ставкою процента. Водночас будь-які інші адресні державні стимули — податкові пільги, спеціальні кредитні програми тощо — можуть перекручувати попит і ринкову рівновагу, тому їх потрібно уникати (Alesina et al., 2002).

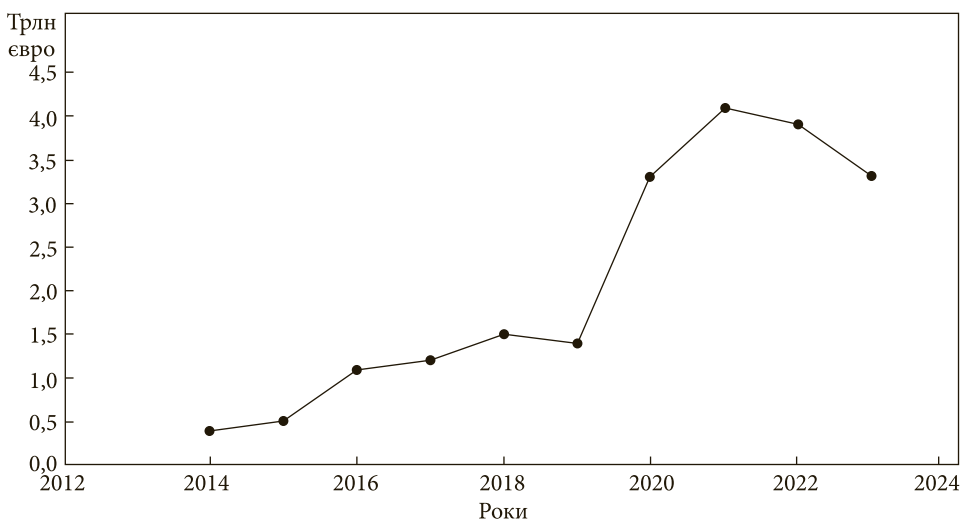


Рис. 1. Зростання надлишкової ліквідності банків Єврозони під впливом програм кількісного пом'якшення ЄЦБ, трлн євро

Джерело: побудовано автором за: Minimum reserves and liquidity. ECB. URL: https://www.ecb.europa.eu/stats/policy_and_exchange_rates/minimum_reserves/html/index.en.html

Однак практика останніх 15 років показала, що, коли держави намагалися стимулювати економічну активність виключно монетарними важелями, це зрештою вилилось у зростання вільної ліквідності з обмеженим кредитним розширенням. Так, наприклад, у березні 2015 р. ЄЦБ запустив програму кількісного пом'якшення. Купівля активів спричинила швидке й сильне збільшення «надлишкової ліквідності» (excess liquidity). Остання визначається як сума резервів центрального банку, що перевищує резервні вимоги, і еквівалент депозитів центрального банку і має тенденцію до накопичення (Horst, Neyer, 2020). Динаміку зростання такої ліквідності в Єврозоні показано на рис. 1.

Коли ж в умовах неочікуваного сплеску інфляції держави та їх центробанки, відповідно до режиму інфляційного таргетування, вдалися до обмежувальної політики, довелося нести надзвичайні витрати на стерилізацію нагромадженої раніше ліквідності, щоб вона не перетворювалася на кредити. Яскравим наслідком такої ситуації стали витрати розвинутих держав, понесені ними у вигляді виплат центральними банками премій банківському сектору за стерилізовану вільну ліквідність. У західних країнах для боротьби з інфляцією у 2022 р. було запроваджено механізм, за яким банки отримували дохід на рівні депозитної ставки за суму своїх резервів. Оскільки у 2022—2023 рр. ключові ставки було підвищено майже з 0 до 5—5,5 %, комерційні банки, внаслідок спроби центробанків досягти інфляційного таргету, отримали величезні прибутки. Так, у 2023 р. ЄЦБ сплатив банкам Єврозони понад 140 млрд євро, ФРС — американським банкам понад 160 млрд дол., а Банк Англії — понад 40 млрд фунтів стерлінгів (De Grauwe,

Лі, 2024). Цікаво, що і реакція суспільства на такий «водоспад» дохідності була схожою — в ЄС і Україні в тому ж році було здійснено спроби запровадити податки на надзвичайні банківські доходи (Martins, 2024).

Звичайно, не слід повністю отождествлювати ситуацію в Україні з подіями в більш розвинутих країнах, зокрема, і через окреслені особливості. Водночас і в Україні у 2022—2023 рр. комерційні банки отримали надзвичайні прибутки на рівні 80 млрд грн за придбані депозитні сертифікати НБУ, які останній продавав за високою ставкою, щоб не випустити вільну ліквідність банківської системи на ринок (Шаповал, 2023). У цей період вкладення в депозитні сертифікати НБУ стали для банків основним прибутковим видом діяльності замість кредитування (Гаркавенко, Єршова, 2023). І українські банки були за це обкладені додатковим податком. Подібність таких специфічних процесів у різних за рівнями розвитку економіках дає підстави говорити не про особливість реалізації монетарного регулювання в Україні, а про системні вади режиму інфляційного таргетування. Наявність цих вад унеможливорює ефективне кредитне стимулювання економіки монетарним інструментарієм у рамках режиму жорсткого інфляційного таргетування.

Чи є цьому можлива альтернатива? Відштовхуючись від протилежного, доводиться говорити про неможливість активізації кредитної підтримки банками без втручання держави і її активної економічної політики. Виключно ринковий монетарний інструментарій уже досить давно демонструє неефективність у цьому відношенні, тоді як державні стимули дістають дедалі більше схвалення на практиці. Що характерно, державні витрати виявляються більш дієвим стимулом, ніж податкові пільги, принаймні в короткостроковому періоді (Hemming et al. 2002).

Отже, передусім потрібно вжити додаткових заходів для забезпечення валютної стабільності. В умовах валютної лібералізації країні із слабкою валютою, щоб не спровокувати порушення балансу на валютному ринку, доводиться вдаватися до більш жорсткої монетарної політики, зокрема, тримати високі ставки і стримувати кредитування. Іншим наслідком такої закономірності є необхідність нагромадження центробанками малих відкритих економік з власними валютами великих обсягів міжнародних валютних резервів. Нагромаджені обсяги резервів у малих відкритих економіках у відносних показниках до ВВП не лише набагато перевищують відповідні показники розвинутих країн з потужними експортними галузями, але й у декілька разів є вищими за умовні нормативи МВФ щодо мінімально необхідного рівня резервів (рис. 2). Це ще один прояв неспроможності таких країн вільно використовувати приріст ліквідності.

Так, виражені в місячних обсягах імпорту міжнародні офіційні резерви центробанків таких країн, як Болгарія, Хорватія, Чехія, Молдова, Сербія, перевищують їх власні місячні обсяги імпорту в 5—7 разів⁶, хоча нор-

⁶ Total reserves in months of imports. *World Bank Group*. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/FI.RES.TOTL.MO?locations=XD> (дата звернення: 01.07.2024).

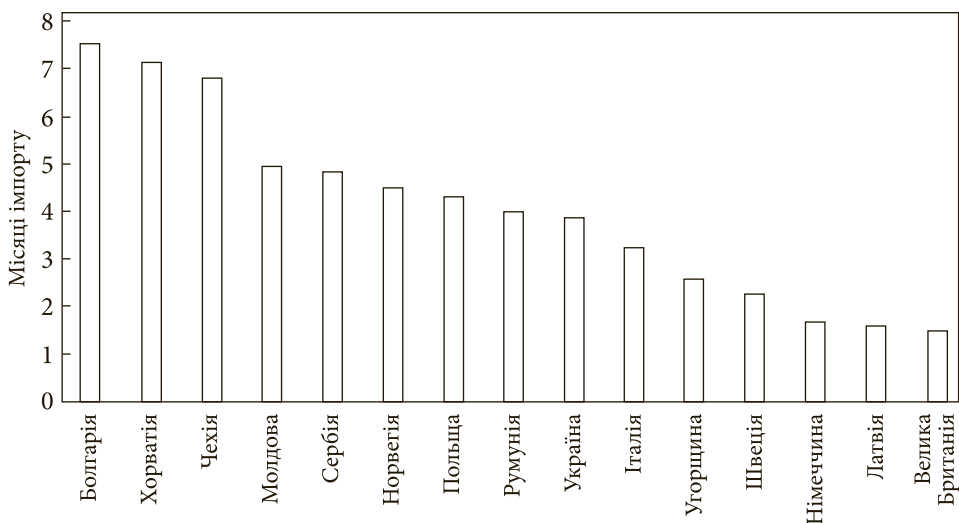


Рис. 2. Обсяг міжнародних валютних резервів центральних банків європейських країн на 1 січня 2023 р., місяці імпорту

Джерело: складено автором за: Total reserves in months of imports. *World Bank Group*. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/FI.RES.TOTL.MO?locations=XD> (дата звернення: 01.07.2024).

матив МВФ для підтримки фінансової стабільності на випадок криз передбачає необхідність лише триразового перевищення. Проте під час серйозних фінансових потрясінь нагромаджені резерви не забезпечують фінансової стабільності для таких країн. Як правило, попередні успішні нагромадження завершуються впровадженням валютних обмежень після даремно спалених у ході валютних інтервенцій резервів. З огляду на це, розбудова раціональної системи валютного регулювання з офіційно проголошеними цілями обмеження волатильності обмінного курсу, доповнена запровадженням політики регулювання фінансової відкритості й контролю за потоками капіталу, в тому числі й засобами макропруденційного інструментарію, є важливою передумовою реалізації кредитної підтримки структурного розвитку економіки. Натомість актуальні виклики й майбутні потреби економічного відродження зумовлюють розвиток державних заходів для розблокування кредитної підтримки економіки і використання нагромадженого й потенційного національного фінансового капіталу на цілі економічного розвитку.

Одним з важливих напрямів подолання такої залежності виступає національно укорінена монетарна політика, орієнтована на підтримку внутрішньої економічної активності, послаблення впливу зовнішньої кон'юнктури на фінансову стабільність і реалізацію потенціалу монетарного регулювання задля утримання стійкого і структурно виваженого розвитку національної економіки. За своєю суттю національно укорінена політика в грошово-кредитній сфері — це коло заходів фінансових органів, спрямованих на посилення інституційної спроможності держави вільно викорис-

товувати наявний кредитно-інвестиційний ресурс. У даному випадку вільне використання означає не лише доступ, але й можливість вільно ним оперувати, зокрема акумулювати й перерозподіляти без ризику погіршення фінансової стабільності. Те, що активізація кредитування неможлива без активного сприяння держави, підтверджує недавній досвід ЄС, адже після 2009 р. там спостерігаються переважно від'ємні темпи приросту кредитного портфелю банків (рис. 3).

З рис. 3 добре видно, що в середньому по ЄС після 2009 р. єдиним роком, коли кредитні портфелі банків відновили зростання, став 2020 р. Його особливість полягає в тому, що тоді в більшості країн ЄС, зокрема Східної Європи, у рамках боротьби з наслідками COVID-19 були реалізовані масштабні цільові програми рефінансування для кредитної підтримки малого бізнесу в рамках Цільових довгострокових операцій з рефінансування (Targeted longer-term refinancing operations — TLTRO) (Berk, End, 2022). У попередні роки також реалізовувалися масштабні програми рефінансування, але вони, по суті, не мали ціллю конкретні сфери діяльності, а видавалися банкам, радше, для підтримки їх ліквідності, оскільки передбачалося, що цього буде достатньо і потім банки самі вже активізуватимуть кредитну діяльність.

Такий досвід ЄС дає підстави стверджувати, що відновлення кредитування економіки в даних умовах є можливим саме в рамках цільових державних програм кредитування. На це вказує і високий попит на державні програми пільгового кредитування в Україні. У 2022—2023 рр. крім карткового кредитування нове кредитування бізнесу відбувалося здебільшого

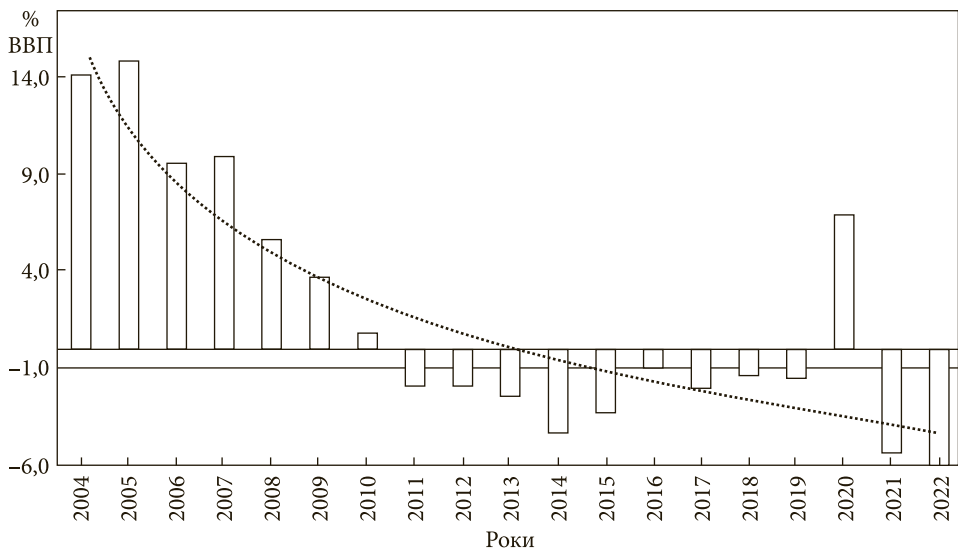


Рис. 3. Середні темпи приросту виданих банками ЄС кредитів у 2004—2022 рр., % ВВП

Джерело: складено автором за: Global Financial Development. World Bank Group. URL: <https://databank.worldbank.org/source/global-financial-development> (дата звернення: 01.07.2024).

в рамках програм «Доступні кредити 5-7-9%», а громадян — «єОселя». Кредити за програмою «Доступні кредити 5-7-9%» складають близько третини працюючого портфеля гривневих кредитів бізнесу, при цьому понад половину обсягу цих кредитів видали державні банки (Дзюблюк, 2023). Однак наразі переважна частина цих кредитів надається у сфері сільського господарства і торгівлі, хоча ці напрями складно назвати пріоритетними в умовах війни.

Ще одним прикладом на користь твердження про важливість державного стимулювання активізації цільового кредитування може слугувати досвід відбудови Японії після Другої світової війни, коли повоєнне економічне відновлення країни забезпечила державна програма індустріалізації. Під цю програму державою централізовано акумулювалися ресурси, зокрема фінансові. Так само переважно централізовано вони перерозподілялися за найбільш перспективними напрямками розвитку промислового виробництва. Пріоритет надавався напівпровідниковій, електротехнічній промисловості, верстато-, судно- і автомобілебудуванню. У цих галузях зосереджувалися фінансові й матеріальні ресурси, кваліфіковані спеціалісти, їм надавалися податкові пільги. Кредитна емісія здійснювалася перманентно. В умовах фактичної відсутності ринку капіталу підприємства отримували кредити в комерційних банках за рахунок коштів, наданих Банком Японії, а останній надавав їх переважно в рамках державних програм розвитку (Johnson, 2007).

З огляду на окреслені вихідні умови, для повоєнного відновлення банківська система повинна включати як інститути централізованого перерозподілу фінансового інвестиційного капіталу в рамках державних програм розвитку промислового виробництва, так і сегмент приватних банків для задоволення інших економічних потреб. Роль державних банків розвитку в економічній політиці для згладжування ринкових недосконалостей останнім часом дістає дедалі більше позитивних відгуків (Mazzucato, Penna, 2016). Українська держава наразі має потужний пул повнофункціональних банків для того, щоб стимулювати акумулювання наявного фінансового ресурсу на банківських рахунках і цільового кредитного фінансування інвестиційних проєктів у пріоритетних сферах. Як показує приклад програм пільгового кредитування, державні банки здатні успішно їх реалізовувати. Але існує потреба в більш цілеспрямованому акумулюванні й направленні наявних ресурсів на розвиток інших пріоритетних сфер, зокрема виробництва. І це потребує затвердження спеціалізації державних банків на пріоритетних напрямках. Ідеться про закріплення пріоритетної сфери за кожним державним банком — за прикладом успішного японського досвіду. Так, можливо, Укргазбанк або Сенсбанк доцільно спеціалізувати на кредитуванні оборонпрому; посилити нормативне закріплення експортно-імпоротної сфери за Укресімбанком; Ощадбанк крім акумулювання заощаджень населення має спеціалізуватися на кредитуванні будівництва; кредитування інноваційних стартапів МСП закріпити за Приватбанком.

Формалізована спеціалізація дасть підстави для оцінювання і встановлення вимог щодо фактичної ефективності роботи державних банківських установ. Без такої спеціалізації номінальним критерієм ефективності є їх прибутковість, що, як правило, суперечить інтересам кредитно-інвестиційної підтримки розбудови економіки. Розподіл спеціалізації доцільно доповнити створенням або виокремленням спеціальної державної установи — банку розвитку, який забезпечуватиме взаємодію з міжнародними інвесторами в рамках затвердженого урядом переліку інвестиційних проєктів відповідно до офіційно визначених національних економічних пріоритетів. Це сприятиме налагодженню механізму співпраці з міжнародними фінансовими донорами, через який відбуватимуться залучення і перерозподіл фінансової допомоги. У подальшому наявність такої установи може відкрити перспективи раціонального використання цільової монетарної емісії (Гриценко, 2023).

Для сприяння розширенню кредитної активності державних банків також доцільно затвердити на урядовому рівні перелік пріоритетних видів економічної діяльності й підтримати їх державним інструментарієм, зокрема спеціальним режимом оподаткування, спрощеною звітністю, спеціальними кредитними програмами. Пріоритизація видів економічної діяльності означатиме наявність стійкого попиту на продукцію певних підприємств, отже, допоможе не лише формувати цілі кредитної діяльності державних банків, але й відповідним чином адаптувати до цих напрямів скорінг кредитних заявок приватних банків.

У практичній площині формування національно укоріненої монетарної політики вимагає узгодження заходів НБУ з урядом у таких напрямках:

- на офіційному рівні визначити перелік пріоритетних видів діяльності, які потребують кредитно-інвестиційної підтримки;
- узгодити взаємодію в частині налагодження механізмів акумуляції і перерозподілу фінансових ресурсів на користь пріоритетних напрямів;
- створити спеціалізований орган, відповідальний за реалізацію державної політики розвитку промисловості й систему кредитно-інвестиційних інституцій для перерозподілу фінансового капіталу за пріоритетними напрямками, яка включатиме спеціалізовані державні банки і банки розвитку;
- оптимізувати витрати НБУ для збільшення ресурсу державних програм цільового пільгового кредитування;
- створити систему заохочення заощаджень на спеціальних рахунках для фінансування урядових програм розвитку.

Безумовно важливим є перегляд пріоритетів монетарної політики в напрямі узгодження інтересів цінової стабільності з потребами кредитної підтримки економіки та її ВПК. Визначення рівня інфляційного таргету має враховувати цілі економічного зростання, а не навпаки. Інфляційна ціль повинна підпорядковуватися пріоритету економічного зростання, а заходи — включати застосування НБУ всіх наявних у нього інструментів монетарного регулювання для посилення стимулів комерційних банків до

кредитування. Це передбачає перегляд вимог до оцінювання ризиків кредитної діяльності комерційних банків з метою посилення їх мотивації до кредитування в умовах війни і підвищеного ризику втрати застави. У разі реалізації зазначених заходів зниження облікової ставки матиме продуктивний вплив на кредитний ринок і структурний розвиток економіки. Інакше — просте зниження облікової ставки лише простимулює кредитування споживчого імпорту, як це й відбулося в період 2016—2020 рр.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз дає підстави виокремити два моменти, критичних для побудови національно укоріненої монетарної політики і продуктивного функціонування банківського сектору України в умовах війни й під час повоєнного відновлення. Перший — контрольованість обмінного курсу, другий — продуктивне використання нагромадженої ліквідності в інтересах розвитку економіки за пріоритетними напрямками. Реалізація першого моменту не має іншої альтернативи, ніж засобами системи валютного контролю з використанням обмежень на операції з іноземною валютою і рух транскордонних потоків капіталу. Півторарічна практика валютного регулювання НБУ під час повномасштабної війни засвідчила переважну дієвість такої політики, а також окреслила прогалини й шпарини для втечі капіталу. Потреба в їх планомірному усуненні та оптимізації і зумовлює необхідність формування комплексної системи регулювання фінансової відкритості країни, головним елементом якої виступає валютний контроль з інструментами регулювання руху фінансових потоків у іноземній валюті.

Другий момент також безальтернативно пов'язаний із спеціалізованими кредитними інституціями з державною участю. Як показує українська і порівнянна зарубіжна практика, ринкові механізми в поточних умовах з об'єктивних причин не забезпечують процесу кредитування реального сектору економіки. Фінансування пріоритетних для економіки воюючої країни сфер вимагає контрольованого процесу кредитної емісії, доповненої заходами локалізації емітованої грошової маси. Переважно функціональний, а не ринковий характер такого фінансування більшою мірою може бути реалізований у державному сегменті банківської системи.

Виходячи з окреслених умов банківська система України для повоєнного відновлення повинна включити інститути централізованого перерозподілу фінансового інвестиційного капіталу в рамках державних програм розвитку промислового виробництва, а також сегмент приватних банків для задоволення інших економічних потреб. Наразі держава має потужний пул повнофункціональних банків для того, щоб стимулювати акумулювання наявного грошового ресурсу на банківських рахунках і завдяки цьому здійснювати цільове кредитне фінансування інвестиційних проєктів у пріоритетних сферах.

Статтю підготовлено в рамках наукового проєкту «Формування за-
сад національно укоріненої стійкості та безпеки економічного розвитку
України в умовах гібридної системи «мир-війна»» (держ. реєстраційний №
0123U100965).

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- Кораблін, С. (2017). Макроекономічна динаміка України: пастка сировинних ринків. Моногр. Київ, Ін-т екон. та прогнозув. НАН України. 308 с. URL: <http://ief.org.ua/docs/mg/292.pdf>
- Бублик, Є. (2022). Посилення валютного регулювання в Україні в умовах ескалації воєнних дій. *Економіка України*. 65. 10 (731). 35-50. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.10.035>
- Бублик, Є. (ред.) (2023). Ефективність грошово-кредитної політики в Україні в умовах глобальної економічної дестабілізації. Кол. моногр. Київ, Ін-т екон. та прогнозув. НАН України. 216 с. URL: <http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2023/12/Efektivnist-hroshovo-kredytnei-polityky-v-Ukraini.pdf>
- Sleibi, Y., Casalin, F., Fazio, G. (2023). Unconventional monetary policies and credit co-movement in the Eurozone. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*. Vol. 85. 101779. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2023.101779>
- Геєць, В., Гриценко, А. (2013). Вихід з кризи (роздуми над актуальним у зв'язку з прочитаним). *Економіка України*. 56. 6 (619). 4-19. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2013_6_2
- Кораблін, С. (2023). Інфляційне таргетування в Україні: окремі аспекти, результати та висновки. *Фінанси України*. № 7. С. 37—53. <https://doi.org/10.33763/finukr2023.07.037>
- Alesina, A., Ardagna, S., Perotti, R., Schiantarelli, F. (2002). Fiscal policy, profits, and investment. *American economic review*. 92(3). 571-589. <https://doi.org/10.1257/00028280260136255>
- Horst, M., Neyer, U. (2020). The impact of quantitative easing on bank loan supply and monetary policy implementation in the euro area. *Review of Economics*. 70(3). 229-265. <https://doi.org/10.1515/roe-2019-0033>
- De Grauwe, P., Ji, Y. (2024). How to conduct monetary policies. The ECB in the past, present and future. *Journal of International Money and Finance*. Vol. 143. <https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2024.103048>
- Martins, A. (2024). Banks stock market reaction to the Italian and Spanish windfall tax announcement: an event study. *Journal of Bank Regulation*. May 08. <https://doi.org/10.1057/s41261-024-00246-x>
- Шаповал, Ю. (2023). Грошово-кредитна політика України у воєнний та повоєнний періоди. За матеріалами наукового повідомлення на засіданні Президії НАН України 3 травня 2023 року. *Вісник Національної Академії наук України*. № 7. С. 79—85. <https://doi.org/10.15407/visn2023.07.079>
- Гаркавенко, В., Ершова, Г. (2023). Процентна політика Національного банку України та її вплив на економіку країни. *Економіка України*. 66. 11 (744). 27-51. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2023.11.027>
- Hemming, R., Kell, M., Mahfouz, S. (2002). The effectiveness of fiscal policy in stimulating economic activity: A review of the literature. *IMF Working papers*. No. 2002/208. 52 p. URL: https://econpapers.repec.org/paper/imfimfwpa/2002_2f208.htm

- Berk, J., van den End, J. (2022). Excess liquidity and the usefulness of the money multiplier. *Credit and Capital Markets — Kredit und Kapital*. Vol. 55. Iss. 4. P. 457—488. <https://doi.org/10.3790/ccm.55.4.457>
- Дзюблюк, О. (2023). Проблеми активізації банківського кредитування реального сектору економіки в умовах воєнного стану. *Вісник економіки*. Вип. 3. С. 8—25. <https://doi.org/10.35774/visnyk2023.03.008>
- Johnson, C. (2007). Miti and the Japanese Miracle: The Growth of Industrial Policy, 1925—1975. Stanford, Calif, Stanford University Press, 409 p. <https://doi.org/10.1017/S0008423900023702>
- Mazzucato, M., Penna, C. (2016). Beyond market failures: The market creating and shaping roles of state investment banks. *Journal of economic policy reform*. 19(4). 305-326. <https://doi.org/10.1080/17487870.2016.1216416>
- Гриценко, А. (2023). Національно укорінений розвиток економіки як локальна відповідь на глобальні геоекономічні зрушення. *Економіка України*. 66. 4 (737). 38-54. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2023.04.038>

Надійшла 12.06.2024

Прорецензована 28.06.2024

Доопрацьована 30.07.2024

Підписана до друку 08.08.2024

REFERENCES

- Korablin, S. (2017). Macroeconomic dynamics of Ukraine: the trap of raw materials markets. Kyiv. 308 p. URL: <http://ief.org.ua/docs/mg/292.pdf> [in Ukrainian].
- Bublyk, Ye. (2022). Strengthening foreign exchange regulation in Ukraine amid the escalation of hostilities. *Economy of Ukraine*. 65. 10 (731). 35-50. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.10.035> [in Ukrainian].
- Bublyk, Ye. (Ed.) (2023). Effectiveness of monetary policy in Ukraine in conditions of global economic destabilization. Kyiv. 216 p. URL: <http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2023/12/Efektyvnist-hroshovo-kredytnoi-polityky-v-Ukraini.pdf> [in Ukrainian].
- Sleibi, Y., Casalin, F., Fazio, G. (2023). Unconventional monetary policies and credit co-movement in the Eurozone. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*. Vol. 85. 101779. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2023.101779>
- Heets', V., Grytsenko, A. (2013). The way out from a crisis (Reflections about actual things after the reading). *Economy of Ukraine*. 56. 6 (619). 4-19. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2013_6_2 [in Ukrainian].
- Korablin, S. (2023). Inflation targeting in Ukraine: individual aspects, results and conclusions. *Finance of Ukraine*. No. 7. P. 37-53. <https://doi.org/10.33763/finukr.2023.07.037> [in Ukrainian].
- Alesina, A., Ardagna, S., Perotti, R., Schiantarelli, F. (2002). Fiscal policy, profits, and investment. *American economic review*. 92(3). 571-589. <https://doi.org/10.1257/00028280260136255>
- Horst, M., Neyer, U. (2020). The impact of quantitative easing on bank loan supply and monetary policy implementation in the euro area. *Review of Economics*. 70(3). 229-265. <https://doi.org/10.1515/roe-2019-0033>
- De Grauwe, P., Ji, Y. (2024). How to conduct monetary policies. The ECB in the past, present and future. *Journal of International Money and Finance*. Vol. 143. <https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2024.103048>

- Martins, A. (2024). Banks stock market reaction to the Italian and Spanish windfall tax announcement: an event study. *Journal of Bank Regulation*. May 08. <https://doi.org/10.1057/s41261-024-00246-x>
- Shapoval, Yu. (2023). Ukraine's monetary policy during the war and post-war periods (according to the materials of report at the meeting of the Presidium of the NAS of Ukraine, May 3, 2023). *Visn. Nac. Acad. Nauk Ukr.* No. 7. P. 79-85. <https://doi.org/10.15407/visn2023.07.079> [in Ukrainian].
- Harkavenko, V., Yershova, G. (2023). Interest rate policy of the National Bank of Ukraine and its impact on the country's economy. *Economy of Ukraine*. 66. 11 (744). 27-51. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2023.11.027> [in Ukrainian].
- Hemming, R., Kell, M., Mahfouz, S. (2002). The effectiveness of fiscal policy in stimulating economic activity: A review of the literature. *IMF Working papers*. No. 2002/208. 52 p. URL: https://econpapers.repec.org/paper/imfimfwpa/2002_2f208.htm
- Berk, J., van den End, J. (2022). Excess liquidity and the usefulness of the money multiplier. *Credit and Capital Markets — Kredit und Kapital*. Vol. 55. Iss. 4. P. 457-488. <https://doi.org/10.3790/ccm.55.4.457>
- Dziubliuk, O. (2023). Problems of intensification of bank lending to the real sector of the economy in the conditions of martial law. *Herald of Economics*. Vol. 3. P. 8-25. <https://doi.org/10.35774/visnyk2023.03.008> [in Ukrainian].
- Johnson, C. (2007). MITI and the Japanese Miracle: The Growth of Industrial Policy, 1925-1975. Stanford, Calif., Stanford University Press, 409 p. <https://doi.org/10.1017/S0008423900023702>
- Mazzucato, M., Penna, C. (2016). Beyond market failures: The market creating and shaping roles of state investment banks. *Journal of economic policy reform*. 19(4). 305-326. <https://doi.org/10.1080/17487870.2016.1216416>
- Grytsenko, A. (2023). Nationally rooted economic development as a local response to the global geoeconomic shifts. *Economy of Ukraine*. 66. 4 (737). 38-54. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2023.04.038> [in Ukrainian].

Received on June 12, 2024

Reviewed on June 28, 2024

Revised on July 30, 2024

Signed for printing on August 8, 2024

Yevhen Bublyk, Dr. Sci. (Econ.), Senior Research Fellow,
Head of the Department of Monetary and Credit Relations
Institute for Economics and Forecasting of the NAS of Ukraine
26, Panasas Myrnoho St., Kyiv, 01011, Ukraine

MONETARY POLICY AND CREDIT SUPPORT OF THE ECONOMY IN CONDITIONS OF WAR AND GLOBAL INSTABILITY

The aggravation of global instability challenges, caused by the critical accumulation of socio-economic contradictions, foregrounds at the international level the problem of ensuring resilient development of the national economy, free from negative external influences. In this context, there is a need to revise existing approaches to the implementation of monetary policy as a tool for supporting resilient nationally rooted economic development.

It is shown that thanks to international aid in 2022-2023, unprecedented financial capital was formed in Ukrainian economy which is not used in the interests of economic reconstruction and defense, but is sterilized within the framework of the existing monetary regulation model in the NBU's accounts, as well as in domestic government bonds and other liquid short-term instruments. This is a consequence of the weak institutional capacity of the state to freely use available financial resources, the inadequacy of chosen monetary policy model to current challenges and a certain manifestation of national de-sovereignization in the monetary sphere.

Tasks critical for the design of nationally rooted monetary policy and the productive functioning of Ukraine's banking sector in wartime and in the period of post-war recovery are identified and substantiated. Such tasks are controllability of exchange rate and productive use of accumulated liquidity in the interests of economic development in priority directions. Implementation of the first point requires the development of currency control system using restrictions on foreign currency transactions and on the movement of cross-border capital flows. Solving the second task requires the involvement of specialized credit institutions with state participation. Financing of priority areas for the economy of a warring country involves the controllability of credit issuance process, supplemented by measures to localize the issued money supply with the entire array of monetary policy instruments available to the NBU.

Keywords: *monetary policy; bank lending; inflation targeting; money supply; global instability; financial mechanisms of development.*



<https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.10.045>

УДК 336.131

JEL: G01, G18, G28, H27, H53, H56, H62, H63, J11, J43, N4, P44, P45

Ю.О. ЛУПЕНКО, д-р екон. наук, проф., академік НААН України,
директор ННЦ «Інститут аграрної економіки»

вул. Героїв Оборони, 10, 03127, Київ, Україна

e-mail: lupenko@iae.org.ua

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6846-0300>

Ю.Д. РАДІОНОВ, д-р екон. наук,

начальник відділу взаємодії з проектами міжнародної технічної допомоги,
робочими органами INTOSAI, EUROSAI

та операційними програмами Європейського Союзу

Рахункова палата України

вул. Михайла Коцюбинського, 7, 01054, Київ, Україна

e-mail: radud@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1691-1090>

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА В УМОВАХ ВІЙНИ І В ПЕРІОД ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

Обґрунтовано важливість забезпечення фінансової безпеки держави як у мирний час, так і в умовах воєнного стану, дано авторське визначення терміна «фінансова безпека держави». Проаналізовано макроекономічні показники доходів і видатків державного бюджету України, рівень дефіциту, державний і гарантований державою борг України за 2021—2023 рр. Напрацьовано шляхи зміцнення фінансової безпеки держави, акцентовано на актуальності забезпечення соціальної та економічної безпеки. Наголошено на посиленні протекціоністської ролі держави із застосуванням кейнсіанської моделі в регулюванні економіки, що дасть можливість відновити економічний потенціал держави, розширити фінансовий простір, посилити фінансову безпеку і забезпечити сталу динаміку розвитку України в період відбудови.

Ц и т у в а н н я: Лупенко, Ю., Радіонов, Ю. (2024). Фінансова безпека в умовах війни і в період повоєнного відновлення України. *Економіка України*. 67. 10 (755). 45-65. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.10.045>

© Видавець ВД «Академперіодика» НАН України, 2024. Стаття опублікована на умовах відкритого доступу за ліцензією CC BY-NC-ND license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

Ключові слова: фінансова безпека; стабільність; бюджет; доходи; видатки бюджету; дефіцит; інфляція; борг; фінансова система.

Війна в Україні, яка триває третій рік, продовжує руйнувати долі людей, об'єкти житлового фонду, промисловість, критичну інфраструктуру, продукує дедалі нові виклики, ризики й загрози. У таких умовах говорити про розвиток складно, але вкрай необхідно, щоб вижити українському суспільству, економіці та державі. Широкомасштабне вторгнення РФ на територію України є фактично зовнішнім глобальним викликом і загрозою суверенітету й територіальній цілісності країни. Водночас цей фактор раптово підірвав основи стабільності фінансової безпеки і стійкості національної економіки в цілому. Незважаючи на серйозні загрози і перешкоди, наразі важливо стримувати негативні чинники й доцільно формувати перспективні плани економічного відновлення і соціально-економічного розвитку країни після війни, створювати належні умови, щоб з позитивною динамікою рухатися до нашої стратегічної мети — у найближчі п'ять-шість років стати повноправним членом Європейського Союзу і НАТО.

Нова реальність, що настала після російського вторгнення, зумовлює вдосконалення зв'язків, трансформацію і застосування нових шляхів співпраці, підходів здійснення державної політики, у тому числі зосередження наявних ресурсів і потенціалу на захисті національної економіки від екзогенних і ендегенних чинників, пошуку додаткових інструментів зміцнення фінансової безпеки держави. Цим визначається актуальність даного дослідження.

Питанням фінансової безпеки присвячено праці багатьох науковців і практиків, зокрема В. Гейця, О. Барановського, А. Сухорукова, М. Єрмошенка, Л. Жукової та інших. Зважаючи на певний науковий доробок і запропонований науково-методологічний інструментарій, дана проблематика й досі залишається важливою і актуальною. Оскільки нинішні реалії потребують як доповнень теоретичних напрацювань, так і коригування методів державного управління з метою забезпечення стабільності фінансової системи, регулювання соціально-економічних процесів у новій дійсності, особливої важливості набуває вибір стратегії, тактики, концепції, імперативу, дієвого інструментарію і масштабів регулювання економіки для забезпечення стабільності фінансової системи зокрема і фінансової безпеки країни в цілому, а також сталої динаміки економічного розвитку. За нинішніх умов велике значення мають трансформація фінансових відносин, поглиблення способів, методів, підходів щодо адаптації національної економічної системи до впливу російської агресії і адекватного реагування на нього.

Отже, **мета статті** — проаналізувати стан фінансової безпеки держави в умовах війни і напрацювати шляхи її зміцнення в період повоєнного відновлення України.

Аналіз економічної літератури свідчить про посилення уваги з боку вчених до дослідження проблем фінансової безпеки держави. На наш по-

гляд, це зумовлено важливістю і актуальністю даного питання, необхідністю підтримати вітчизняну економіку з огляду на існуючі ризики, завдані війною шкоду й збитки, а також інші загрози глобального світу. В цих складних обставинах, у яких ми нині перебуваємо, важко підтримувати фінансову безпеку і стабільність національної економіки в цілому, не кажучи про її здатність до успішного саморозвитку й забезпечення певного прогресу на нинішньому етапі й у середньо- і довгостроковій перспективі.

Тим часом, збереження фінансової безпеки держави — один з важливих чинників незалежності й суверенітету України. В умовах воєнного стану, глобалізації, нестабільності соціально-економічних процесів, руйнування економічних зв'язків, знищення промисловості, інфраструктури потрібно задіяти комплекс інструментів, механізмів сприяння стабілізації макроекономічних показників, які впливають на фінансову безпеку держави. Наразі війна посилила необхідність моніторингу питання фінансової безпеки задля утримання ситуації під контролем і проактивного реагування на екзистенційні виклики й загрози.

Фінансова безпека є надзвичайно складною багаторівневою системою, яка складається з ряду підсистем, кожна з яких має власну структуру. Фінансова безпека держави — складова економічної безпеки і стосується не лише держави, а й безпеки в розрізі галузей національної економіки, суб'єктів господарювання, фізичних осіб, зокрема безпеки адміністративно-територіальних одиниць, окремих регіонів тощо. Питання, пов'язані із забезпеченням фінансової безпеки держави, слід розглядати крізь призму стабільного функціонування бюджетної і банківської сфер, управління державним боргом, фондовим ринком, небанківським фінансовим сектором тощо. Фінансову безпеку держави забезпечують усі причетні органи державної влади — від Президента України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, Національного банку України до окремих міністерств, відомств, судової гілки влади і органів місцевого самоврядування.

Війна та її наслідки, що позначилися на соціально-економічних процесах, зумовлюють необхідність пошуку механізмів стабілізації ситуації і забезпечення належного функціонування всіх складових фінансової безпеки держави. У цьому контексті важливо глибше розглянути поняття «фінансова безпека», яке досить широко висвітлюється в сучасній економічній літературі. Так, В. Геець, який одним з перших серед вітчизняних науковців розпочав досліджувати цей термін, розуміє під цим поняттям стабільний розвиток фінансової системи країни та її стійкість до потенційно негативного впливу зовнішніх і внутрішніх шоків (Геець, 1998). Сьогодні в Україні багато вчених, які досліджують це питання і дають власне визначення терміна виходячи з особистого розуміння і специфіки проведених ними наукових розвідок у цій сфері. Найбільш розлоге визначення пропонує О. Барановський (2004), який вважає, що фінансова безпека це:

- важлива частина економічної безпеки держави, що базується на незалежності, ефективності й конкурентоспроможності фінансово-кредит-

ної системи України, яка відображається через критерії і показники її стану, що характеризують збалансованість фінансів, достатню ліквідність активів і наявність необхідних грошових і золотовалютних резервів;

- ступінь захищеності фінансових інтересів на всіх рівнях фінансових відносин;

- рівень забезпеченості громадянина, домашнього господарства, верств населення, підприємства, організації, установи, регіону, галузі, сектору економіки, ринку, держави, суспільства, міждержавних утворень, світового співтовариства фінансовими ресурсами, достатніми для задоволення їх потреб і виконання існуючих зобов'язань;

- стан фінансової, грошово-кредитної, валютної, банківської, бюджетної, податкової, розрахункової, інвестиційної, митно-тарифної і фондової систем, а також системи ціноутворення, який характеризується збалансованістю, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх негативних впливів, здатністю відвернути зовнішню фінансову експансію, забезпечити фінансову стійкість (стабільність), ефективне функціонування національної економічної системи і економічне зростання;

- стан фінансових потоків у економіці, що характеризується збалансованістю і наявністю апробованих механізмів регулювання й саморегулювання;

- якість фінансових інструментів і послуг, що запобігає негативному впливу можливих прорахунків і прямих зловживань на фінансовий стан наявних і потенційних клієнтів, а також гарантує (в разі потреби) повернення вкладених коштів.

А. Сухоруков (2004), у свою чергу, стверджує, що фінансова безпека держави — це захищеність її інтересів у фінансовій сфері або такий стан бюджетної, податкової і грошово-кредитної систем, який гарантує спроможність держави ефективно формувати, зберігати від надмірного знецінення й раціонально використовувати фінансові ресурси країни для забезпечення її соціально-економічного розвитку й обслуговування фінансових зобов'язань. На думку М. Єрмошенка (2001), під фінансовою безпекою слід розуміти такий стан фінансово-кредитної сфери держави, який характеризується збалансованістю і якістю системної сукупності фінансових інструментів, технологій і послуг, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх негативних чинників (загроз), здатністю цієї сфери забезпечувати захист національних фінансових інтересів, достатні обсяги фінансових ресурсів для всіх суб'єктів господарювання і населення в цілому — ефективне функціонування національної економічної системи і соціальний розвиток.

Деякі дослідники вважають, що сутність фінансової безпеки держави полягає в забезпеченні такого стану розвитку і захищеності фінансової системи країни та інтересів економічних агентів, за якого досягаються високий рівень стійкості до внутрішніх і зовнішніх загроз, стабільне зростання економіки, ефективне функціонування економічної системи і захист інтересів суспільства (Рижкова, 2022).

У економічній енциклопедії за редакцією С. Мочерного, термін «фінансова безпека країни» визначається як стан розвитку і функціонування фінансової системи, для якого властива стійка національна валюта, стабільне й динамічне економічне зростання (за низьких темпів інфляції або її відсутності), а внутрішній — і насамперед зовнішній — борг не загрожує фінансовій системі крахом, унаслідок чого фінансові ресурси країни ефективно використовуються в інтересах окремої людини, трудового колективу, різних соціальних верств і груп й усього суспільства (Мочерний та ін., 2006).

Аналіз словосполучення «фінансова безпека держави / країни» у науковій літературі підтверджує його широту, різнобічність і різноплановість, тому й немає його чіткої інтерпретації у науковому середовищі. Наприклад, у Оксфордському тлумачному словнику окреме словосполучення з терміном «безпека» трактується як заходи, що вживаються для гарантування безпеки або свобода чи захист від небезпеки¹. Усвідомлюючи сутність цього поняття, можна сказати, що «фінансова безпека» передбачає гарантування захисту фінансів від різного роду небезпек.

На нашу думку, фінансова безпека держави — це спроможність наявних інституцій запобігати ендогенним і екзогенним чинникам негативно-го впливу (загрозам), гарантувати стабільність національної грошової одиниці, стійкість функціонування фіскальної, бюджетної, інвестиційної, грошово-кредитної, фінансової та інших систем, забезпечувати соціально-економічне зростання, сталий розвиток національної економіки, виконання взятих фінансових зобов'язань. У практичному плані фінансова безпека держави означає належний рівень захищеності фінансових інтересів держави, надійний стан бюджетної, податкової, валютної, фінансової, грошово-кредитної, банківської, інвестиційної, митно-тарифної, розрахункової, фондової систем, що характеризуються відповідною збалансованістю, стійкістю до можливих загроз / ризиків, спроможністю держави в особі створених нею органів / інституцій ефективно формувати і раціонально використовувати фінансові ресурси, достатні для задоволення дедалі зростаючих потреб суспільства, шляхом виконання взятих зобов'язань і забезпечення сталої динаміки соціально-економічного розвитку держави. Фінансову безпеку прийнято визначати, передусім, за показниками функціонування економічної системи країни, зокрема, за відповідний проміжок фінансового року або періоду. До цих показників здебільшого відносять: рівень інфляції, стійкість грошової одиниці, сальдо платіжного балансу, величину внутрішнього і зовнішнього боргу тощо (Радіонов, 2015).

Згідно з відповідним Законом України², Національний банк України є тією інституцією, яка здійснює розбудову системи фінансової стійкості з урахуванням міжнародного досвіду спільно з Міністерством фінансів України, Нацкомфінпослуг, Національною комісією з цінних паперів та фондо-

¹ Oxford Advanced Learner's Dictionary. Oxford, 1995. 1475 p.

² Про Національний банк України. Закон України № 679-XIV від 20.05.1999 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14#Text>

вого ринку і Фондом гарантування вкладів фізичних осіб. НБУ як важлива фінансова установа, що здійснює контроль за ключовими аспектами фінансової системи і проводить такі заходи, як управління міжнародними резервами, емісія валюти і надання кредитів вкладникам, оцінює ефективність її функціонування і стійкість. При цьому застосовуються відповідні індикатори, які допомагають охарактеризувати кількісні й якісні процеси, що відбуваються в середовищі фінансової системи країни. Раз на півроку НБУ оприлюднює Звіт про фінансову стабільність на основі розрахунку Індексу фінансового стресу та інших індикаторів, зосереджуючись на оцінюванні стійкості банківського сектору. Індикатори фінансової стійкості відображають показники поточного фінансового стану і стійкості фінансових установ країни з сектору депозитних корпорацій, страхових корпорацій, пенсійних фондів та інших фінансових корпорацій у цілому³. Система індикаторів фінансової стійкості включає агреговані дані для окремих установ і показники, що дають уявлення про ринки, на яких проводять свою діяльність фінансові установи. Індикатори розраховуються і поширюються з метою використання в макропруденційному аналізі. Такий стан містить оцінку і контроль як за сильними сторонами, так і за вразливими місцями фінансових систем з метою підвищення фінансової стійкості, зокрема зниження ймовірності кризи фінансової системи (Чубенко та ін., 2018).

Міжнародний валютний фонд передбачає кампіляцію й поширення країнами 40 індикаторів фінансової стійкості: 25 індикаторів для сектору депозитних корпорацій (з яких 12 є основними) і 15 індикаторів для клієнтів сектору депозитних корпорацій. Запропонована МВФ методика оцінювання, в основі якої лежать 12 основних показників, теж не ідеальна і потребує вдосконалення, особливо щодо уточнення визначень індикаторів стійкості й методик їх розрахунку⁴.

Як у мирний час, так і в умовах війни будь-які зміни, що відбуваються в суспільно-політичному і економічному житті країни, безпосередньо впливають на економічну і фінансову безпеку держави. Отже, економічна й фінансова системи являють собою центральну ланку в процесі управління державою. Без стабільності функціонування фінансової системи неможливо досягти будь-яких інших актуальних і важливих для населення й держави суспільно-політичних цілей, адже фінансова безпека, так само як і стабільність національної економіки, становлять першочергове завдання для країни в плані досягнення нею основних цілей і пріоритетів.

Поняття «фінансова безпека» є ознакою неподільності й цілісності всієї фінансової системи країни, запобігання виникненню різного роду дисба-

³ Статистика фінансового сектору. *Національний банк України*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial> (дата звернення: 07.10.2024).

⁴ Public Information Notice: IMF Executive Board Concludes Financial Soundness Indicators-Experience with the Coordinated Compilation Exercise and Next Steps. *Public Information Notice*. No. 07/135. *International Monetary Fund*. 2007. Nov 20. URL: <http://www.imf.org/external/np/sec/pn/2007/pn07135.htm> (дата звернення: 24.02.2024).

лансів та інших дестабілізуючих факторів, надає впевненості економічним агентам і забезпечує формування умов сталого, динамічного соціально-економічного розвитку держави.

Російсько-українська війна принесла реальну загрозу як економічній, так і соціальній стабільності, що, у свою чергу, вимагає відповідного реагування й розробки дієвих науково обґрунтованих підходів у бюджетній, соціальній, фінансовій, економічній політиці з метою посилення макроекономічної стабільності, а також аналогічних заходів у складових як фінансової, так і в цілому національної безпеки України (податкової, монетарній, бюджетній, соціальній, інвестиційній, зовнішньоекономічній, науково-технологічній, енергетичній, виробничій сферах тощо). Фінансова система країни перебуває в динаміці й постійному русі, а тому потребує перманентного перегляду підходів до її оцінювання з присвоєнням відповідного рейтингу. Останнє є тим орієнтиром, який вказує заінтересованим сторонам (наприклад, потенційним інвесторам), що необхідно робити в даній ситуації для прийняття правильних рішень.

Ключовим моментом у забезпеченні фінансової безпеки є розробка широкого спектра заходів, підходів у сфері бюджетної, соціальної, фінансової, економічної політики, скерованих на захист і технологічний розвиток окремих галузей економіки, які є основними складовими довгострокової стратегії зміцнення й розширення експортного потенціалу країни. Галузі національної економіки формують базис для нарощування фінансового ресурсу, розширення економічного простору. В умовах війни це є надзвичайно актуальним через знищення виробничих потужностей (заводів, фабрик, металургійних комбінатів тощо), блокування експортних шляхів поставок вітчизняної аграрної, металургійної продукції, втрату іноземних ринків збуту товарів тощо. З огляду на це, питання фінансової безпеки держави слід оцінювати як одне з основних завдань економічної політики уряду, оскільки безперервний, стійкий, безкризовий, динамічний і передбачуваний розвиток фінансової системи має першорядне значення, адже впливає на загальну стійкість і економічну ситуацію в державі.

За результатами проведеного дослідження ми сформулювали власне визначення стабільності фінансової системи. Отже, передусім це надійне функціонування її цілісного механізму, гармонійне співіснування з реальним сектором економіки, безперервне здійснення фінансових операцій, вчасне реагування на нинішні й потенційні ризики, інші дестабілізуючі фактори, коли, у разі її ефективного функціонування, мають місце дотримання належного рівня зайнятості населення, стабільність національної валюти, довіра до фінансово-кредитних установ, ефективні розподіл і використання державних фінансів на благо країни, забезпечення стабільного соціально-економічного стану, формування основи економічного зростання, сталої динаміки суспільного розвитку (Радіонов, 2022). Таким чином, надійність і вчасне реагування на ризики й загрози — основа стабільності фінансової системи.

Таблиця 1. Динаміка доходів і видатків державного бюджету України, млн грн

Роки	Доходи	Видатки	Профіцит (+), дефіцит (-)
2011	314 616,9	333 459,5	-23 557,6
2012	346 054,0	395 681,5	-53 445,2
2013	339 180,3	403 403,2	-64 707,6
2014	357 084,2	430 217,8	-78 052,8
2015	534 694,8	576 911,4	-45 167,5
2016	616 274,8	684 743,4	-70 130,2
2017	793 265,0	839 243,7	-47 849,6
2018	928 108,3	985 842,0	-59 247,9
2019	998 278,9	1 072 891,5	-78 049,5
2020	1 076 016,7	1 288 016,7	-217 096,1
2021	1 296 852,9	1 490 258,9	-197 937,4
2022	1 787 395,6	2 705 423,3	-914 701,7
2023	2 671 998,0	4 014 418,1	-1 333 110,7

Джерело: складено авторами за: Зведений бюджет України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/cons/> (дата звернення: 23.03.2024).

Важлива роль у забезпеченні фінансової безпеки належить державному бюджету України, який є регулятором економіки, що відображає обсяги необхідних державі фінансових ресурсів, визначає пріоритетні напрями використання коштів й вектори фінансової діяльності держави. При цьому в Україні він протягом 13 років виконувався із значним дефіцитом (табл. 1).

Так, у 2020 р. дефіцит державного бюджету становив понад 217 млрд грн (5,18 % ВВП), високий показник дефіциту спостерігався у 2013 р. (4,45 % ВВП) і 2014 р. (4,98 % ВВП). У 2021 р. дефіцит державного бюджету України дорівнював 3,63 % ВВП, тобто був на 1,55 в. п. меншим, ніж у попередньому році. З початку російського вторгнення ситуація різко погіршилася. У 2022 р. касові видатки державного бюджету склали 2,702 трлн грн, або 92,2 % від розпису звітного періоду. Дефіцит державного бюджету України, як видно з даних табл. 1, сягнув майже 915 млрд грн. Аналогічна ситуація була у 2023 р.: держбюджет було виконано з дефіцитом 1,33 трлн грн, зокрема, загальний фонд — 1,36 трлн грн проти запланованого розписом загального фонду дефіциту 1,83 трлн грн⁵.

Значний дефіцит бюджету завжди призводить до більшого залучення додаткових коштів і зростання державного боргу. Наявність останнього зумовлює виникнення дефіциту бюджету, оскільки держава не завжди спроможна скоротити витрати до рівня фактичних надходжень. Особливо

⁵ Боярчук Т. Дефіцит держбюджету України за 2023 рік сягнув трильйона, — Мінфін. *Lb.ua*. 2024. 02 січ. URL: https://lb.ua/economics/2024/01/02/591877_defitsit_derzhbyudzhetu_ukraini_2023.html (дата звернення: 26.02.2024).

Таблиця 2. Державний і гарантований державою борг України за 2021—2023 рр., млн грн

Станом на	Загальний борг	Зовнішній борг	Внутрішній борг
31.12.2021	2 671 827,6	1 560 230,0	1 111 597,6
31.12.2022	4 071 683,1	2 610 945,6	1 460 737,5
31.12.2023	5 519 483,9	3 862 987,6	1 656 496,3

Джерело: складено авторами за: Державний борг України. *Мінфін*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/debtgov/> (дата звернення: 27.02.2024).

складно знизити бюджетний дефіцит в умовах воєнного стану, коли держава вимушена нарощувати воєнні видатки для забезпечення захисту країни.

На думку Л. Жукової і Н. Шабалдас (2021), бюджетний дефіцит є проблемою, яка свідчить про неспроможність держави виконувати покладені на неї функції, що може призвести до втрати репутації на міжнародній арені. Узагалі стан бюджетного дефіциту є одним з індикаторів бюджетної безпеки і має значний вплив на фінансову безпеку країни.

До війни уряд покривав дефіцит бюджету за рахунок різних джерел, у тому числі зовнішніх запозичень, і тим самим сприяв стабільності фінансової системи, хоча державний борг накопичувався. Так, за даними Міністерства фінансів України, станом на 31 грудня 2021 р. загальний борг України зріс порівняно з аналогічним періодом попереднього року на 4,7 %. Проте у 2022 р., з початком широмасштабної війни, загальний борг збільшився на половину (на 52,4 %), тобто на 47,7 в. п. Якщо ж порівнювати аналогічні показники 2023 і 2022 рр., то ситуація більш-менш стабілізувалася, хоча зростання відбулося всього на 35,6 %, тобто на 16,8 в. п. менше порівняно з показником 2022 р. (табл. 2).

Недавно прийнятими Верховною Радою України законодавчими актами⁶ передбачено розроблення Стратегії управління державним боргом на середньостроковий період. Це свідчить про те, що раніше ухвалена стратегія управління державним боргом⁷ після нападу РФ втратила свою актуальність і не відповідає реальному стану справ, а отже, потребувала перегляду і прийняття нової стратегії управління державним боргом, яку й було схвалено⁸. Згідно з її положеннями в рамках наявного боргового

⁶ Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо забезпечення передбачуваності бюджетної політики та посилення боргової стійкості. Закон України № 3278-IX від 27.07.2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3278-20#Text>

⁷ Про затвердження Середньострокової стратегії управління державним боргом на 2021—2024 роки. Постанова Кабінету Міністрів України № 1291 від 09.12.2021 р. URL: <https://mof.gov.ua/storage/files/%D0%A1%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%A1%D0%A3%D0%94%D0%91%202021-2024.pdf>

⁸ Про затвердження Середньострокової стратегії управління державним боргом на 2024—2026 роки. Постанова Кабінету Міністрів України № 1117 від 27.10.2023 р. URL: <https://mof.gov.ua/storage/files/MTDS2024-2026.pdf>

портфеля протягом наступних чотирьох років очікуються значні піки рефінансування державного боргу. Зокрема, платежі з погашення й обслуговування державного боргу становитимуть 1028 млрд грн у 2024 р., 1189 млрд грн у 2025 р. і 1184 млрд грн у 2026 р. Майже дві третини виплат припадає на ОВДП у національній та іноземній валютах. З урахуванням нещодавно погодженої програми МВФ, ключові короткострокові політичні заходи уряду включають відновлення довоєнного режиму оподаткування і уникнення заходів, які можуть підірвати дохідну базу. Такі кроки дещо компенсують вищі, ніж очікувалося, воєнні витрати. Спричинені тривалою війною потрясіння для бюджету можуть призвести до раптових змін потреб у фінансуванні, і стратегія управління боргом повинна бути достатньо гнучкою, щоб задовольнити ці потреби, зберігаючи фінансову і боргову стабільність. Закінчення війни спричинить збільшення дохідної бази, а також скорочення видатків, пов'язаних з війною, отже, приведе до збільшення державного бюджету.

У цілому від початку 2022 р. і на 31 березня 2024 р. середньозважена вартість державного і гарантованого державою боргу скоротилася на 28,5 % (з 7,79 до 5,57 %), а строковість — збільшилася на 60 % (з 6,27 до 10,04 року). Таким чином, попри збереження спрямування на загальне здешевлення боргів України, тенденція минулих двох років на продовження термінів їх повернення в I кварталі 2024 р. не збереглася — за цей період держборг України зріс на 5,7 млрд дол., сягнувши позначки в 5,924 трлн грн (151,1 млрд дол.). Збільшення боргу відбулося переважно за рахунок отримання довгострокового пільгового фінансування від міжнародних партнерів. З цієї суми 71,6 % припадають на зовнішній борг (4,239 трлн грн, або 108,1 млрд дол.), а 28,4 % — на внутрішній (1,685 трлн грн, або 43 млрд дол.). Більша частина (53,8 %) державного і гарантованого державою боргу України складається з пільгових позик, отриманих від міжнародних фінансових організацій і урядів інших країн. Значну частку також становлять цінні папери, випущені на внутрішньому (27,4 %) і зовнішньому (16%) ринках. Решта 2,8 % боргу — це позики від комерційних банків та інших фінансових установ. У валютній структурі державного і гарантованого державою боргу найбільша питома вага у євро (33,2 %), далі йдуть долар США (26,3%), гривня (25,9 %) і спеціальні права запозичення (10,8 %). Решту 3,8 % боргу номіновано в інших валютах, таких як фунт стерлінгів, канадський долар і японська єна. Варто зазначити, що протягом 2023 р. державний і гарантований державою борг України збільшився на 33,9 млрд дол.⁹ Отже, з огляду на сучасні реалії, важливим завданням управління боргом держави мають стати забезпечення боргової стабільності, запобігання втраті платоспроможності країни, покращення структури боргових зобов'язань у контексті

⁹ В I кварталі держборг продовжив дешевшати для України, але став більш «коротким». *delo.ua*. 2024. 13 трав. URL: <https://delo.ua/finance/v-i-kvartali-derzborg-prodovziv-desevsati-dlya-ukrayini-ale-stav-bils-korotkim-432231/> (дата звернення: 15.05.2024).

умов залучення коштів. Доцільно також продовжувати орієнтуватися на підтримку демократичних країн, а також міжнародних фінансових організацій, таких як МВФ, Світовий банк та ін.

У 2023 р. важливим джерелом доходів державного бюджету стали кошти, отримані Україною у вигляді міжнародної допомоги (грантів): за підсумками року, їх обсяг становив 425,4 млрд грн. Найбільшим донором грантової підтримки у 2023 р. були Сполучені Штати Америки (400,5 млрд грн). Із зовнішніх джерел до бюджету в цілому надійшло 1,13 трлн грн, з яких 714,9 млрд становили кошти макрофінансової допомоги ЄС відповідно до Меморандуму про взаєморозуміння між Україною та ЄС. Також безповоротне фінансування Україна отримала від Японії, Норвегії, Німеччини, Іспанії, Фінляндії, Ірландії, Швейцарії, Бельгії, Ісландії на загальну суму до 25 млрд грн¹⁰. Допомога Україні з боку міжнародних партнерів дає можливість підтримувати фінансову безпеку, стабілізувати економічну ситуацію через часткове відновлення промислових потужностей, релокацію вітчизняних підприємств до більш безпечних місць.

Вторгнення РФ стало екзистенційним економічним шоком не лише для України, а й для країн ЄС. Війна вплинула на ціни на енергоносії, іншу сировину і продукти харчування, що створило надзвичайну невизначеність, настали часи економічної, соціальної і геополітичної турбулентності й, як наслідок, зросла інфляція. З початку повномасштабної війни інфляція прискорилося (до 26,6 % в грудні 2022 р.) насамперед під впливом факторів пропозиції. Однак, незважаючи на цей виклик війни і високу світову інфляцію, в Україні вона залишалася під контролем і стабілізувалася до кінця року¹¹. Протягом 2022 р. споживчі ціни в Україні перебували під сильним висхідним тиском, що призвело до різкого зростання витрат бізнесу і зниження пропозиції. Вплив глобальних процесів також був надто потужним: у багатьох країнах інфляція досягла 38 % — найвищого рівня за багато років, а деякі розвинуті економіки зіштовхнулися з двозначним темпом зростання цін¹². Річне зростання індексу споживчих цін у IV кварталі 2022 р. майже не змінилося (26,6 % у грудні) й було нижчим порівняно з жовтневим прогнозом Національного банку України. Можливо, це було зумовлено фіксацією курсу гривні за зовнішньоекономічними операціями, зміцненням курсу на готівковому ринку, незмінністю тарифів на комунальні послуги і зменшенням грошового фінансування бюджету¹³. Хоча коригування офіційного обмінного курсу в липні 2022 р. продовжувало позначатися на цінах на непродовольчі товари, режим фіксованого обмін-

¹⁰ Боярчук Т. Дефіцит держбюджету України за 2023 рік сягнув трильйона, — Мінфін. *Lb.ua*. 2024. 02 січ. URL: https://lb.ua/economics/2024/01/02/591877_defitsit_derzhbyudzhetu_ukraini_2023.html (дата звернення: 26.02.2024).

¹¹ Inflation Report January 2023. National Bank of Ukraine. 45 p. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2023-Q1_en.pdf?v=4

¹² Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

¹³ Inflation Report January 2023. National Bank of Ukraine. 45 p. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2023-Q1_en.pdf?v=4

ного курсу в цілому був сприятливим для стабілізації очікувань і стримування інфляційних процесів. Зокрема, вплив обмінного курсу на ціни виробників продовжив слабшати в IV кварталі 2022 р. Зростання інфляційного тиску стримувалося завдяки високій адаптивності українських суб'єктів господарювання до викликів війни та їх надією на деокупацію української території Збройними Силами України. Зокрема, у другому півріччі 2022 р. логістичні проблеми стали менш важливими як фактор цінових очікувань бізнесу. Звільнення частини Херсонської області в IV кварталі 2022 р. розблокувало цей регіон, що дозволило відправляти туди якісніші й дешевші товари з інших регіонів України. Як результат, у грудні в місячному вимірі в Херсонській області була зафіксована дефляція, що сприяло зменшенню розбіжності між річною інфляцією в цій області й середніми показниками по Україні. Але цей процес здійснювався досить повільно через невелику відстань до лінії фронту в цій області¹⁴. У 2022 р. індекс інфляції склав 126,6 %, а у 2023 р. — 105,1 %. Найменшим цей показник був у серпні — 98,6 %, а найвищим у березні 2023-го — 101,5 %¹⁵.

Варто зазначити, що війна принесла суттєві руйнування інфраструктури, заводів, фабрик, знищила низку бюджетоутворюючих підприємств, що негативно позначилося на промисловому й економічному потенціалі країни. Так, за даними Київської школи економіки, енергетичний сектор зазнав прямих збитків і непрямих фінансових втрат на суму 56,5 млрд дол., тоді як потреби у відновленні, що передбачають повну реконструкцію зруйнованих об'єктів за принципом «Відбудувати краще, ніж було», становлять 50,5 млрд дол. Прямі збитки енергетичного сектору України станом на травень 2024 р. складають понад 16,1 млрд дол. Найбільших збитків спричинили руйнування об'єктів генерації електричної енергії (8,5 млрд дол.), магістральних ліній електропередачі (2,1 млрд дол.), а також нафтогазової інфраструктури (3,3 млрд дол.). Критичних пошкоджень (понад 80 %) зазнали приватні теплоелектростанції, серед яких Ладижинська, Бурштинська, Добротвірська, Курахівська, Криворізька і Придніпровська ТЕС. Пошкоджено близько половини високовольтних підстанцій передачі електроенергії. Російські війська фактично знищили всі нафтопереробні заводи на території України і значну частку інфраструктури із зберігання нафти і нафтопродуктів¹⁶. Водночас в Україні, незважаючи на те, що й досі триває війна, банків-

¹⁴ Там само.

¹⁵ Грубрина А. Економіка посилюється? Який індекс інфляції в Україні за 2023 рік — детально. *Вікна*. 2024. 26 січ. URL: <https://vikna.tv/dlia-tebe/novyny-ukrayiny/indeks-inflyacziyi-2023-dani-za-rik/#:~:text=%D0%92%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96%20%D0%B7%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D1%96%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81%20%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BB%D1%8F%D1%86%D1%96%D1%97,%D0%B1%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%BD%D1%96%20%E2%80%94%20101%2C5%25> (дата звернення: 24.04.2024).

¹⁶ Збитки та втрати енергетичного сектору України внаслідок повномасштабного вторгнення Росії перевищили \$56 млрд — оцінка KSE Institute станом на тра-

ські платежі й соціальні виплати населенню, зарплати бюджетникам жодного разу не припинялися, стипендії і пенсії виплачуються. У цьому зв'язку необхідно враховувати, що стабільна фінансова ситуація утримується в тому числі завдяки прямій бюджетній підтримці з боку уряду США. Отже, без зовнішньої фінансової допомоги ризики збільшилися б і було б складно впоратися, наприклад, з тією ж інфляцією через девальвацію гривні, тим паче, утримати стабільність державних фінансів, фінансової системи, економічної ситуації в країні в цілому.

Сьогодні необхідно думати про розвиток економіки, щоб сприяти стабільності державних фінансів, зміцненню фінансової системи, а також збільшенню бюджетного фінансування Збройних Сил України тощо. Таким чином, відновлення зруйнованого війною економічного потенціалу є важливою, першочерговою, потужною інституційною основою для нарощування ресурсів боротьби з ворогом і наближення перемоги України.

В умовах воєнного стану роль держави в забезпеченні стабільності фінансової системи, стійкості функціонування національної економіки зростає. Як відомо, у світі в теорії і практиці економічної політики сформувалися дві антагоністичні ідеологічні доктрини — кейнсіанська і ліберальна. Неоліберальна доктрина лібералізує економічне життя, надає перевагу й пропагує вільний ринковий обмін і одночасно послаблює регулюючу роль держави. Кейнсіанська доктрина, навпаки, базується на імперативах активної регулюючої ролі держави в соціально-економічних процесах і передбачає грамотне поєднання державного і ринкового механізмів регулювання. Кейнсіанська (посткейнсіанська) парадигма передбачає широке застосування методів, інструментів фіскального стимулювання ділової активності, розвитку підприємництва, регулювання зайнятості населення, інвестицій і заощаджень, а також заохочення впровадження інновацій. На нашу думку, кейнсіанська модель з використанням зазначеного інструменту є найбільш прийнятною для нинішньої ситуації, у якій перебуває Україна. Застосування окреслених інструментів кейнсіанської моделі дасть можливість відновити економічний потенціал держави, збільшити фінансовий простір, зміцнити фінансову безпеку держави і забезпечити відновлення й сталу динаміку розвитку України після війни. Одними з найважливіших функцій держави є регулювання соціально-економічних процесів, стимулювання прогресивних змін, проведення структурних реформ, удосконалення способів виробництва, сприяння технологічному прориву тощо. Регулятивна функція передбачає нейтралізацію ризиків і забезпечення економічної безпеки за допомогою механізмів, представлених різними підсистемами економічних відносин: внутрішньогосподарським, власне механізмом ринку і механізмом державного регулювання еконо-

вень 2024 року. *Київська школа економіки*. 2024. 10 чер. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zbitki-ta-vtrati-energetichnogo-sektoru-ukrayini-vnaslidok-povnomasshtabnogo-vtorgnennya-rosiyi-perevishhili-56-mlrd-otsinka-kse-institute-stanom-na-traven-2024-roku/> (дата звернення: 07.10.2024).

міки. Кожен з них має свої функції, об'єкти і суб'єкти, методи та інструменти (Моргун та ін., 2023).

В умовах воєнного стану й необхідності швидкої відбудови зруйнованої інфраструктури, житлового фонду, промисловості тощо нагальним постає завдання задіяти комплекс фінансово-економічних інструментів щодо оперативної відбудови й відновлення економіки з урахуванням нових реалій.

Багато дослідників вважають, що в умовах війни, макроекономічних потрясінь, глобальних і регіональних криз саме з допомогою кейнсіанської моделі, де в регулюванні соціально-економічних процесів провідна роль відводиться державі, можна утримувати стабільність фінансової системи і запобігати стагнації і руйнуванню економіки країни. Досвід післявоєнної відбудови Німеччини говорить, що тривале пожвавлення і відновлення економічного зростання стримувались інституційними і геополітичними факторами, а не браком виробничих можливостей. Реконструкція Західної Європи вимагала: ліквідації командної економіки, лібералізації цін і заробітної плати; усунення дефіциту долара, щоб спустошені війною країни могли імпортувати товари, необхідні для відбудови інфраструктури і заводів; відновлення європейського поділу праці; міжнародного співробітництва для вирішення німецького питання і ремобілізації німецької промисловості. І цих передумов неможливо було досягти без конструктивної участі США у відбудові повоєнного порядку (Серьогіна та ін., 2023). Таким чином, без допомоги США, зокрема без плану Маршала, не можна уявити швидке відновлення економіки і трансформацію Європи після Другої світової війни. Головну роль у цих змінах відіграв саме план Маршала, який і досі залишається одним з найуспішніших проєктів розвитку в історії людства.

Одночасно з планом Маршала у 1947 р. були створені Світовий банк і Міжнародний валютний фонд, через які здійснювалися фінансові інвестиції на відновлення економіки повоєнної Європи. Тим самим ці міжнародні інституції відіграли важливу роль у відбудові економіки західноєвропейських країн після Другої світової війни. З цього приводу Е. Рейнерт (Reinert, 2008) зазначає, що більшість європейських країн використали одну основну стратегію для реконструкції своїх економік: орієнтацію на переробку промисловість, а не на сировинне виробництво. Досвід відбудови західноєвропейських країн є цінним й повчальним для забезпечення фінансової безпеки і відновлення української економіки.

Україна є потужним гравцем на міжнародному ринку продовольства, оскільки має значну частку в експорті зерна. Проте необхідно змінити існуючий стан речей, створити потужності для переробки продукції сільського господарства (нові робочі місця, тобто розширений фінансовий простір), розробити нову лінійку продуктів харчування, збільшити асортимент і виходити з готовим продуктом із значною часткою доданої вартості на світові ринки. У нових реаліях вітчизняна економіка повинна формуватися на засадах кардинальної перебудови суспільного життя, яке докорінно відрізнятиметься від економіки минулого. У період глобальних потрясінь, макроеко-

номічної нестабільності, криз і війн саме активна роль держави в економічних та інших процесах дозволяє запобігти руйнуванню економічної системи (Олешко та ін., 2022). Інституційна спроможність економіки, яка, на наш погляд, полягає в належному, професійному виконанні державними інституціями своїх визначених законодавчими і нормативно-правовими актами у сфері реалізації державної політики повноважень, дає можливість ефективно використовувати наявні ресурси й можливості. Її здатність до зростання в умовах війни є визначальним фактором зміцнення як фінансової, так і в цілому соціально-економічної безпеки держави. За таких умов уряду буде легше долати екзистенційні ризики, досягати пріоритетних цілей суспільного розвитку. Крім того, зростаюча економіка полегшує не лише забезпечення фінансовими ресурсами Збройні Сили України, а й задоволення всього комплексу потреб соціальної сфери і сектору безпеки й оборони країни в цілому. В умовах війни також важливо достатньою мірою реалізовувати безпекові заходи, спрямовані на нейтралізацію або зменшення негативного впливу наслідків війни, формувати надійні передумови зміцнення безпечого середовища в країні. З огляду на це, однією з основних цілей уряду сьогодні має стати забезпечення стабільності фінансової системи, застосування дієвих інструментів запобігання внутрішнім і зовнішнім загрозам, адже саме фінансова система є основою розвитку економіки, нарощування обсягів ВВП, фінансово-економічного потенціалу держави, зростання її могутності та незалежності, а також сприяє входженню національної економіки до світового економічного простору цивілізованих країн світу.

Досить складно забезпечити економічну безпеку в ситуації нестабільного функціонування соціального сектору. Водночас ці питання є надзвичайно актуальними, оскільки соціальна сфера тісно пов'язана з економікою. Їх поєднання утворює синергію і потужний імпульс соціально-економічного розвитку країни. Під соціальною безпекою ми маємо на увазі такий стан економіки, який дає можливість уряду задовольнити основні потреби суспільства в основних благах і послугах, адекватно реагувати на внутрішні й зовнішні фактори впливу. У свою чергу, економічна безпека характеризує спроможність держави забезпечити належний рівень і якість життя громадян на відповідному етапі суспільного розвитку. В нових реаліях уряд докладає зусиль, щоб забезпечити стабільність. Оскільки належне функціонування економіки є запорукою стійкості соціально-економічного розвитку, забезпечення відповідного рівня і якості життя громадян, підтримання фінансової та національної безпеки держави, економічний аспект повинен підтримуватися й доповнюватися соціальним, що, урешті-решт, створює надійну базу для фінансової і національної безпеки держави, тобто відповідний рівень соціально-економічної безпеки має відображатись у системі заходів державних і приватних (комунальних) інституцій.

Фінансовий простір держави є основою формування належної податкової бази для накопичення доходів усіх рівнів бюджету. Від ефективності

їх адміністрування залежать стан податкової і фінансової безпеки, спроможність держави задовольняти суспільні потреби й підвищувати рівень добробуту громадян. І в коротко-, і в довгостроковій перспективі важливо підтримувати й забезпечувати динамічний розвиток фінансово-бюджетної безпеки держави на засадах інституційної спроможності органів влади, які реалізують як бюджетну, так і фінансову політику. Такий підхід сприятиме прискоренню темпів економічного зростання в розрізі адміністративно-територіальних одиниць і окремих регіонів. Належне виконання державою основних і додаткових функцій посилить стійкість і збалансованість усієї бюджетної системи, підвищить результативність бюджетно-податкового регулювання, що обов'язково приведе до покращення якості виконання бюджетів за доходами і видатками.

Важлива роль у забезпеченні фінансової безпеки країни, вирішенні завдань соціально-економічного розвитку, вдосконаленні соціально-економічних відносин відводиться бюджету. Саме він виступає важливим інструментом державного регулювання соціально-економічних процесів. Наявність дієвих механізмів та інструментів формування, наприклад, доходної частини бюджету є необхідною умовою ефективної бюджетної та податкової політики. Усе це вимагає посилення ролі фінансово-бюджетної безпеки країни при формуванні бюджетних надходжень для повноти використання фіскального потенціалу наявних податків і зборів, без заподіяння шкоди економічному зростанню і для створення належної фінансової основи для поліпшення добробуту громадян. Покращення стану або мінімізація негативних наслідків руйнування економіки країни можливі шляхом задіяння проактивних механізмів впливу регулюючої ролі держави на соціально-економічні процеси. Регулювальний вплив має бути спрямований на відновлення реального сектору економіки, управління інфляцією, оптимізацію бюджетних видатків, регулювання боргового навантаження на економіку й бюджетного дефіциту, збалансування доходної і видаткової частин державного бюджету, стимулювання інновацій, зайнятості, активізацію інвестиційної діяльності, боротьбу з бідністю і забезпечення принаймні нескорочення рівня реальних доходів населення. Головним орієнтиром державної антикризової політики має стати розбудова фінансово безпечної, стійкої і рентабельної банківської системи, що забезпечить ефективний перерозподіл капіталу в національній економіці на користь фінансування сталого економічного розвитку і зростання добробуту населення (Олешко та ін., 2022). Застосування державою зважених стимулів, а саме правових, економічних, адміністративних, дозволить створити сприятливі умови для розвитку національної економіки, зміцнення фінансової безпеки. На даний час дієвість і ефективність державного регулювання в забезпеченні стабільності фінансової системи і відновленні економіки залежать від таких чинників:

- затвердження стратегії відновлення економіки держави згідно з потребами і важливими екзистенційними запитами суспільства;

- узгодження плану і черговості відбудови об'єктів із зовнішніми донорами, меценатами та іншими міжнародними організаціями, які надають фінансову підтримку Україні;
- ефективне використання заморожених активів РФ на посилення обороноздатності України й повоєнне відновлення;
- обґрунтованість і реалістичність цілей та звань;
- своєчасність і вмотивованість прийняття управлінських рішень.

Зусилля держави, її регулюючий вплив повинні бути спрямовані на відновлення реального сектору економіки, оптимізацію видатків бюджету, регулювання боргового навантаження на національну економіку і дефіциту бюджету, збалансування інфляції, дохідної та видаткової частин бюджету, стимулювання зайнятості, інвестицій, боротьбу з бідністю тощо. Незважаючи на війну, держава має концентрувати свої зусилля на розбудові фінансової безпеки країни, стійкості й рентабельності банківської системи, що сприятиме ефективному перерозподілу капіталу в межах економічної системи з метою стабільного фінансування сталого розвитку економіки й зростання добробуту громадян. З огляду на продовження бойових дій на території України, важливим є посилення протекціоністської ролі держави із застосуванням кейнсіанської моделі в регулюванні економіки, щоб захистити внутрішній ринок від зовнішніх загроз і викликів не лише війни, а й екзистенційних ризиків глобалізованого світу, зміцнити фінансову безпеку країни нині й у період інтенсивної відбудови.

Забезпечення фінансової безпеки країни — одна з найважливіших функцій держави, особливо в умовах війни. Її значення полягає в підтриманні стійкості фінансової системи, захисті національних, передусім фінансових, інтересів задля забезпечення сталого розвитку навіть в умовах дії негативних внутрішніх і зовнішніх чинників впливу.

ВИСНОВКИ

Широкомасштабне вторгнення РФ на територію України підірвало стабільність фінансової системи країни, що негативно вплинуло на національну економіку. Серед основних загроз фінансовій безпеці країни в умовах воєнного стану є: дефіцит і критичний рівень навантаження на державний бюджет і в цілому на бюджетну систему, зростання рівня інфляції, знецінення гривні, різке зростання державного боргу і скорочення джерел його фінансування тощо. Ризики і загрози в умовах війни мають комплексний характер, і цим дана ситуація відрізняється від мирного часу. За воєнного стану ризиковий тягар подвоюється, оскільки до ризиків мирного часу додаються ризики, обумовлені війною. Це потребує посилення адаптивної спроможності уряду, інших причетних державних інституцій вчасно застосовувати механізми нейтралізації негативного впливу на фінансову безпеку держави і стабільність національної економіки в цілому.

Нині важливими залишаються забезпечення стабільності фінансової системи і нарощування потенціалу для відбудови економіки України після війни. Для цього необхідно затвердити стратегію відновлення економіки держави відповідно до потреб і екзистенційних запитів суспільства, узгодити плани і черговість відбудови об'єктів із зовнішніми донорами, меценатами та іншими міжнародними організаціями, які надають фінансову підтримку Україні, ефективно використати заморожені російські активи як на посилення обороноздатності країни, так і у післявоєнному будівництві. Крім того, уряду слід проводити гнучку політику, яка запобігатиме ризикам і загрозам, ставити реалістичні цілі й завдання, кожен крок має бути виваженим, дієвим і обґрунтованим, щоб ефективно використати, передусім, фінансові ресурси та інші можливості для зміцнення економічного потенціалу України.

В умовах війни важливо забезпечувати збалансованість макроекономічних відтворювальних пропорцій щодо посилення стійкості й стабільного функціонування фінансової системи країни. Фінансова безпека як складова економічної безпеки держави безперебійно функціонує в межах гармонійного співіснування системи національної безпеки України. Сутність фінансової безпеки держави полягає у формуванні умов такого стану розвитку й захищеності фінансової системи країни, захисті інтересів економічних агентів, за якого досягається високий рівень стійкості до внутрішніх і зовнішніх загроз. На нашу думку, для цього потрібно посилити протекціоністську роль держави із застосуванням у регулюванні економіки інструментів кейнсіанської моделі. Це підтверджує і приклад відбудови Європи після Другої світової війни. Сьогодні ж фінансову безпеку необхідно зміцнювати шляхом постійного перегляду і вдосконалення фінансової політики, що позитивно вплине на загальну економічну безпеку держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- Геєць, В. (1998). Концепція економічної безпеки України. *Економіст*. № 7—9. С. 63—82.
- Барановський, О. (2004). Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення). Моногр. Київ, Київ. нац. тогр.-екон. ун-т. 759 с.
- Сухоруков, А. (2004). Проблеми фінансової безпеки України. Моногр. Київ, НІМБП. 117 с.
- Ермошенко, М. (2001). Фінансова безпека держави: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення. Київ, Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 309 с.
- Рижкова, А. (2022). Роль та місце фінансової безпеки в системі зміцнення економічної безпеки держави. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 3(67). 56-61. <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-67-56-61>
- Мочерний, С., Ларіна, Я., Устенко, О., Юрій, С. (2006). Економічний енциклопедичний словник. У 2 т. Т. 2. За ред. С.В. Мочерного. Львів, Світ. 568 с.
- Радіонов, Ю. (2015). Фінансова безпека України: проблеми та шляхи забезпечення. *Економіка і держава*. № 11. С. 55—59. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=3361&i=13>

- Чубенко, А., Лошицький, М., Павлов, Д. та ін. (2018). Термінологічний словник з питань запобігання та протидії легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму, фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення та корупції. Київ, Баїте. 826 с. URL: https://finmonitoring.in.ua/wp-content/uploads/2018/12/terminologichnij-slovník_finmonitoring.pdf
- Радіонов, Ю. (2022). Державні фінанси в забезпеченні стабільності фінансової системи країни. *Економіка України*. 65. 9 (730). 77-98. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.09.077>
- Жукова, Л., Шабалдас, Н. (2021). Вплив бюджетного дефіциту на фінансову безпеку країни. *Інвестиції: практика та досвід*. Вип. 23. С. 11—16 URL: <https://payka.com.ua/index.php/investplan/article/view/221/221>
- Моргун, Н., Шевчук, О., Марчевський, С. (2023). Функції держави у забезпеченні економічної безпеки. *Електронне наукове видання «Аналітично-порівняльне правознавство»*. <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2023.02.47>
- Серьогіна, Д., Базецька, Г., Жовтяк Г. (2023). Світовий досвід повоєнного економічного відновлення територій. *Економіка та суспільство*, (48). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-36>
- Reinert, E. (2008). How rich countries got rich...and why poor countries stay poor. Little, Brown Book Group. UK ed. Edition. 400 p.
- Олешко, А., Будякова, О., Квас, В. (2022). Регулююча роль держави у відновленні національної економіки. *Економіка & держава*. № 8. С. 15—18. <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2022.8.15>

Надійшла 10.04.2024

Прорецензована 29.04.2024

Доопрацьована 23.05.2024

Підписана до друку 11.06.2024

REFERENCES

- Heyets, V. (1998). Concept of economic security of Ukraine. *Economist*. No. 7-9. P. 63-82 [in Ukrainian].
- Baranovskyi, O. (2004). Financial security in Ukraine (assessment methodology and mechanisms for ensuring). Kyiv. 759 p. [in Ukrainian].
- Sukhorukov, A. (2004). Problems of financial security of Ukraine. Kyiv. 117 p. [in Ukrainian].
- Yermoshenko, M. (2001). Financial security of the state: national interests, real threats, strategy of ensuring. Kyiv. 309 p. [in Ukrainian].
- Ryzhkova, A. (2022). The role and place of financial security in the system of strengthening economic security of the state. *Scientific Notes of the "KROK" University*. 3(67). 56-61. <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-67-56-61> [in Ukrainian].
- Mochernyi, S., Larina, Ya., Ustenko, O., Yuriy, S. (2006). Economic encyclopedic dictionary. In 2 vols. Vol. 2. S.V. Mochernyi (Ed.). Lviv. 568 p. [in Ukrainian].
- Radionov, Yu. (2015). Financial security Ukraine: problems and ways to ensure. *Economy and State*. No. 11. P. 55-59. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=3361&i=13> [in Ukrainian].
- Chubenko, A., Loshytskyi, M., Pavlov, D. et al. (2018). Glossary on prevention and counteraction to legalization (laundering) of criminal proceeds, terrorist finan-

- cing, financing of proliferation of weapons of mass destruction and corruption. Kyiv, Vaite. 826 p. URL: https://finmonitoring.in.ua/wp-content/uploads/2018/12/terminologichnij-slovník_finmonitoring.pdf [in Ukrainian].
- Radionov, Yu. (2022). Public finance in ensuring stability of the country's financial system. *Economy of Ukraine*. 65. 9 (730). 77-98. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.09.077> [in Ukrainian].
- Zhukova, L., Shabaldas, N. (2021). The impact of the budget deficit on the financial security of Ukraine. *Investment: Practice and Experience*. Vol. 23. P. 11-16. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/221/221> [in Ukrainian].
- Morhun, N., Shevchuk, O., Marchevskyi, S. (2023). Functions of the state in providing economic security. *Analytical and Comparative Jurisprudence*. <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2023.02.47> [in Ukrainian].
- Serogina, D., Bazetska, H., Zhovtyak, H. (2023). Global experience of post-war economic recovery of territories. *Economy and Society*, (48). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-36> [in Ukrainian].
- Reinert, E. (2008). How rich countries got rich... and why poor countries stay poor. Little, Brown Book Group. UK Edition. 400 p.
- Oleshko, A., Budiakova, O., Kvas, V. (2022). Regulatory role of the state in the recovery of the national economy. *Economy & State*. No. 8. P. 15-18. <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2022.8.15> [in Ukrainian].

Received on April 10, 2024

Reviewed on April 29, 2024

Revised on May 23, 2024

Signed for printing on June 11, 2024

Yurii Lupenko, Dr. Sci. (Econ.), Prof., Academician of the NAAS of Ukraine,
Director of the Institute of Agrarian Economics

10, Heroyiv Oborony St., Kyiv, 03127, Ukraine

Yurii Radionov, Dr. Sci. (Econ.),

Head of the Department of Interaction with International Technical Assistance
Projects, INTOSAI, EUROSAI Working Bodies, and the European Union's
Operational Programmes

The Accounting Chamber of Ukraine

7, Mykhayla Kotsyubynskoho St., Kyiv, 01054, Ukraine

FINANCIAL SECURITY UNDER MARTIAL LAW AND IN THE PERIOD OF UKRAINE'S POST-WAR RECOVERY

Definitions of the term "financial security" are analyzed. The authors' own generalized definition of the term "financial security of the state" is given. The problems of filling the budget in wartime are revealed. The 13-year dynamics of the formation of revenues and expenditures of Ukraine's state budget is analyzed. A significant increase in the deficit of the state budget of Ukraine with the beginning of a large-scale war compared to the pre-war period has been proven. The parameters of Ukraine's public and publicly guaranteed debt for the period 2021-2023 are analyzed, the provisions of the Medium-term public debt management strategy for 2024-2026, which takes into account the new economic reality that came with the beginning of the war, are studied.

It is noted that financial security is achieved thanks to the stabilization of the financial system, improvement of its mechanisms, which will allow to respond adequately to

challenges and threats both in peacetime and under martial law. Ways to strengthen the financial security of the state during the war and in the period of Ukraine's post-war recovery have been mapped out. It is noted that the government makes certain efforts to ensure the smooth functioning of the financial system, which is the bedrock of the stability of the state's financial security. Emphasis is placed on the importance of ensuring social and economic security. As emphasized in the paper, there's a strengthening of the state's protectionist role with the use of the Keynesian model in economic regulation, in particular, through the wide application of methods and tools for fiscal stimulation of business activity, development of entrepreneurship, regulation of population employment, investments and savings, as well as through stimulating the introduction of innovations. The utilization of these levers will allow to restore the state's economic potential, lost during the war, to increase the financial space, to ensure the restoration and stable dynamics of Ukraine's development during the reconstruction period; will contribute to protecting the domestic market not only from war-associated external threats and challenges, but also from the existential risks of the globalized world, strengthen the financial security of the country now and in the future.

Keywords: *financial security; stability; budget; income; budget expenditures; deficit; inflation; debt; financial system.*



СТАЛИЙ ТА ІНКЛЮЗИВНИЙ РОЗВИТОК, ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ І «ЗЕЛЕНИЙ ПЕРЕХІД»

SUSTAINABLE AND INCLUSIVE DEVELOPMENT, ENVIRONMENTAL ECONOMICS, AND “GREEN TRANSITION”

<https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.10.066>

JEL: M31, Q56, D12

BOURICHE Ahmed, Associate Prof., University Professor

Institute of Economics, Business and Management Sciences, LEPPPESE Laboratory

University Centre of Maghnia, Tlemcen, Algeria

Al-Zawiya Road, 13300, Maghnia, Algeria

e-mail: a.bouriche@cu-maghnia.dz

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0349-3598>

HAMLI Abdelkader, PhD, University Professor

Institute of Economics, Business and Management Sciences, LEPPPESE Laboratory

University Centre of Maghnia, Tlemcen, Algeria

Al-Zawiya Road, 13001, Maghnia, Algeria

e-mail: a.hamli@cu-maghnia.dz

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9765-362X>

ALI Naeem, PhD, Network Administrator of the Women University Multan, Punjab, Pakistan

Block A, 199, Housing Foundation Near new Katchery, Multan-Punjab, Pakistan

e-mail: naeemali@wum.edu.pk

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6370-5177>

BENAISSA Benamar, PhD Student, Accountant

Institute of Economics, Business and Management Sciences, LEPPPESE Laboratory

University Centre of Maghnia, Tlemcen, Algeria

Al-Zawiya Road, 13300, Maghnia, Algeria

e-mail: benaissa.benamar@ucmaghnia.dz

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-2128-3964>

THE EFFECT OF GREEN MARKETING MOTIVATION FACTORS ON CONSUMERS' PURCHASE INTENTION THROUGH THE MEDIATING ROLE OF GREEN BRAND TRUST TO COUNTER GREENWASHING

This study explores how green marketing influences Algerian consumers' buying decisions. It finds that trust in a green brand is crucial, and this trust is built by positive advertising

Ц и т у в а н н я: Bouriche, A., Hamli, A., Ali, N., Benaissa, B. (2024). The effect of green marketing motivation factors on consumers' purchase intention through the mediating role of green brand trust to counter greenwashing. *Economy of Ukraine*. 67. 10 (755). 66-91. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.10.066>

© Publisher PH «Akademperiodyka» of the NAS of Ukraine, 2024. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

and a strong brand image. Consumers are more likely to trust brands that are transparent and avoid deceptive environmental claims. The research highlights the challenge of greenwashing in developing economies.

Keywords: Green Brand Trust; Green Advertising; Purchase Intention; Greenwashing; Green Brand Image.

There is a growing public concern about the environment, which puts pressure on businesses to enhance their public image by meeting the needs of environmentally sensitive clients (Sun et al., 2020). Although many companies have started to incorporate sustainability into their operations, there are a few that have failed to live up to their claims, which has led to the practice known as "greenwashing" (Bingaman et al., 2022). A company's marketing strategy that makes it seem like it's helping the environment while serving the interests of its customers is known as "greenwashing"¹. The detrimental effects of greenwashing on firms have been proven by (Sun et al., 2020). It not only makes consumers and companies enemies, but it also thwarts customers' efforts to reduce their environmental impact through consumption. It should come as no surprise, then, that companies pour billions of dollars into research into customer trust and loyalty programs. For instance, according to Plant with Purpose (2021), the biggest oil firms in the world, including BP, Chevron, ConocoPhillips, Exxon, and Shell, collectively spent more than \$3.6 billion on reputation management.

Fashion companies like Zara and H&M, water bottle companies like Spring, Evian, and Deer Park, automakers like Volkswagen, and FMCG companies like Nestlè and Coca-Cola are just a few examples of the many global organizations that have been found guilty of greenwashing².

People are starting to notice when companies try to pass themselves off as environmentally conscious, thanks to the growth of sustainable consumption. The fact that a company is honest with its customers is significant to over 90% of buyers, according to the research. Meanwhile, businesses that are contributing to the planet's warming are exposing consumers to tremendous deceit. Companies who try to boost their reputation by capitalizing on environmental trends are finding that their customers view them with suspicion (Wang et al., 2020). Consumers are now more perplexed regarding the veracity of companies' environmental promises, which has reduced their trust and prevented them from making informed purchases (Topal et al., 2020; Thøgersen, 2021). Consequently, consumers' growing mistrust has undermined the credibility of companies' eco-friendly advertising campaigns (Szabo, Webster, 2021). This is why the following research question was set out to be answered:

¹ The sins of greenwashing: Home and family edition 2010. URL: https://www.twosides.info/wp-content/uploads/2018/05/Terrachoice_The_Sins_of_Greenwashing_-_Home_and_Family_Edition_2010.pdf

² Coca-Cola sued for false advertising over sustainability claims. *Earth Island Journal*. 2021. Jun 08. URL: <https://www.earthisland.org/journal/index.php/articles/entry/coca-cola-sued-for-false-advertising-over-sustainability-claims/> (accessed: 20.04.2022).

What is the mediating role that green brand trust plays in enhancing the relationship between green marketing motivating factors and consumers' purchase intention?

The primary objective of this study is to:

- based on previous studies conducted by Bashir et al. (2020), De Jong et al. (2020), Do Paço et al. (2019), Konuk (2018), Lavuri et al. (2022), which examined specific variables related to environmentally conscious consumers' trust and the improvement of green marketing strategies, it has been observed that there is insufficient focus on linking this trust to the development of green marketing strategies and consumers' purchase intentions. Therefore, the current study aims to address this gap by examining the role of green brand trust in enhancing green marketing tactics and its relationship with consumers' purchase intentions;

- green advertisement reception and the formation of a positive brand image are examples of green marketing tactics that can assist consumers in evaluating companies' environmental promises. However, current studies present inconclusive results and are based on speculation (Hwang, Lyu, 2020; Lin, Zhou, 2022). Therefore, this research aims to explore the role of green advertisement reception and the formation of a positive brand image in enhancing green brand trust.

Scientific method: the nature of the research topic requires us to rely on the inductive approach using a social survey through a questionnaire tool to describe and analyze the data according to the research problem.

GREEN MARKETING

Green marketing involves developing and marketing green products, with consumers willing to pay a premium price for products with environmental benefits (Dangelico, Vocalelli, 2017). Green marketing involves greening products and firms, promoting them by making claims about their environmental attributes and understanding public policy processes (Prakash, 2002). However, green marketing involves different approaches than non-green products, with few consumers willing to pay more for green products and a disconnect between green purchasing intention and actual green purchasing behavior (Groening et al., 2018). Green marketing is a responsible approach to the environment that attracts new customers or strengthens the loyalty of existing ones, benefiting socially responsible brands (Nadanyiova et al., 2020). Additionally, green marketing involves informing, raising awareness, educating, and changing consumer behavior towards sustainability and ecopreneurship (Kardos et al., 2019). Several researchers such as Jacquelyn (2011), Polosky (2003), Makower (2008), and Esty (2006) have agreed that green advertising reception, non-deception, transparency, and the image of the green brand are fundamental factors in promoting green marketing. This means that when companies and brands adopt these factors, they contribute to convincing customers of the environmental benefits of green products or services, thereby enhancing the effectiveness of sustainable marketing strategies and promoting environmental awareness among the target audience.

CONSUMERS PURCHASE INTENTION

Purchase intention is the likelihood that a customer is willing to buy a specific product (Giri et al., 2020). It denotes a customer's desire to purchase a particular product or service, defined as the level at which consumers have a positive attitude toward the brand and intend to continue purchasing specific branded products in the future (Pradana, 2021). This reflects brand loyalty and the desire to maintain ongoing business with it. Many researchers such as Yu (2023), Lei et al. (2022), and Qi (2024) argue that purchase intentions are influenced by a variety of internal and external factors among consumers, such as price, brand trust, product quality, and consumer perception. Sun and Wang (2019) also indicate that consumer purchase intentions are positively influenced by attitudes, self-standards, perceived control, product knowledge, and perceived consumer effectiveness (PCE). Additionally, in the field of green marketing, Zhuang et al. (2021) found that perceived green value, attitude, trust, behavioral control, consumer effectiveness, self-standards, social grouping, and perceived risks all significantly impact consumers' purchase intentions towards green products. This suggests that several factors significantly affect consumers' purchase intentions for green products.

GREEN BRAND TRUST

Green brand trust is defined as the level of trust in a green brand among stakeholders, based on sustainable development goals (Pimonenko et al., 2019). It refers to the level of confidence and reliance that consumers have in a brand that demonstrates a strong commitment to environmental sustainability and green practices. Research by Salehzadeh et al. (2021) indicates that green brand trust is related to the reduction of environmental impact and is influenced by factors such as brand image, attitude, and trust. Furthermore, Chen (2010) highlights that green brand trust is positively related to green brand equity, and this relationship is partially mediated by green brand image and satisfaction. Additionally, Wang et al. (2022) found that green trust acts as a moderator for the relationship between green brand positioning and green customer value with green purchase intention. Moreover, in the energy sector, Guo et al. (2017) found that Green Energy Brand Trust (GEBT) is the relationship between the Green Promise (DEBG) and Green Energy Brand Trust (GEBT), influenced by brand legitimacy and brand loyalty. This means that for a green energy brand to build strong consumer trust, its environmental promises must be credible and legitimate, and it must be able to foster sustainable loyalty among its customers.

GREENWASHING

The term greenwashing is defined as when companies mislead stakeholders by promoting various products, including different types, involving both company-level implementation and claims, as well as product-level implementation and claims (Netto, 2020). This can have societal and environmental impacts, as dis-

cussed by Nemes et al. on how greenwashing leads to deception and misleading claims in commercial sectors, affecting trust in climate and environmental solutions. This is achieved through public deception, false claims, and its impact on environmental, climate, and sustainability policies. Greenwashing can also impact public health and ethical marketing practices, as Dahl (2010) argues that misleading advertisements and labels promise false environmental benefits, potentially causing harm to health and violating marketing ethics. This means exposing consumers and the environment to unknown health risks and depriving them of informed consumption decisions. Delmas et al. (2011) indicate that greenwashing affects consumer and investor confidence by misleading them about the actual performance and benefits of environmental products, negatively impacting relationships with consumers and investors and their ability to attract sustainable and reliable investments. Aragón-Correa & Bowen (2014) explain how selectively disclosing positive information without full disclosure of negatives creates an overly positive image of the company, distorting the truth and creating a false reputation.

THEORETICAL FRAMEWORK

The Stimulus-Organism-Response (SOR) theory (Jacoby, 2002) provides the theoretical foundation for this study's proposed conceptual framework, which aims to explain behavioral differences caused by various marketing stimuli and cognitive elements (Sultan et al., 2021). Prior research on environmentally conscious purchasing practices has made use of SOR theory to clarify the chain reaction that begins with customers' subjective experiences and ends with their planned actions Nguyen-Viet, (2022). The SOR hypothesis postulates that this study's reaction is influenced by the organism's cognitive and emotional judgments, which in turn are influenced by a stimulus (Jacoby, 2002). The variables that motivate are Green Brand Image, Transparency, Green Advertising Reception, and Non-Deception. More specifically, the SOR architecture uses the Green Brand Trust variable as an organism item and the Purchase Intention variable as a response item.

Green Advertising Reception and Green Brand Trust. Companies should cut back on greenwashing and give customers all the information they need to make informed purchases if they want to keep their customers from being confused (Chen, Chang, 2013). One or more of the following must be true for an advertisement to be considered environmentally friendly (Yoon, Kim, 2016):

- examining the relationship between a product and its surrounding environment;
- promoting an environmentally friendly lifestyle with or without highlighting the product;
- creating an image of the company as environmentally responsible.

As to the findings of Baily et al. (2016), the reception of green commercials is an indication of how much attention people give to, favor, and react to advertisements that incorporate environmentally friendly messages to promote items or the firm. Therefore, the inclusion of green commercials decreases the

level of confusion in promotions and has a more significant impact on the consumer's purchasing choice (Sun et al., 2020).

Studies have demonstrated the significance of precise and truthful communication in advertising, as it plays a crucial role in establishing confidence and credibility in the brand (Nguyen-Viet, 2022). Consumers develop affect and knowledge when they are exposed to commercials, which in turn shape their views about the brand (Nagar, 2015). Green advertisements convey information regarding the ecological consequences of commercial operations, primarily focusing on aspects such as sourcing of materials, production methods, transportation processes, and post-consumption activities (Leonidou et al., 2011).

The Green Advertising Reception further enhances the correlation between the appeal of environmentally friendly practices and the trust customers have in a company, positively impacting their confidence in the firm's commitment to sustainability (Nguyen-Viet, 2022).

The Relationship between Receiving Green Advertisements, Lack of Deception, and Green Brand Trust. Several sources have pointed to consumers' views of corporations' irresponsible behavior as a cause of greenwashing (Mansoor, Paul, 2022; White et al., 2019). According to Roman (2007), consumers have faith in businesses that they do not engage in deceptive sales tactics that influence their purchasing decisions. They also believe that the organizations they do business with will not use deceptive tactics to make them buy something they do not want (Cheung, To, 2021). The Role of Deception has been uncovered in earlier studies, Kangun et al. (1991) and Schmuck et al. (2018) are two of the few studies that have looked at green marketing research with an eye on non-deception. According to recent studies, customers' impressions of stores' environmental consciousness are significantly impacted by their degree of candor. The articles (Cheung, To, 2021; Szabo, Webster, 2021; Rahman et al., 2015) discovered that customers have more faith in environmentally conscious businesses when they are not led to believe otherwise.

Prior studies have shown that advertisements, in general, might be perceived as untrustworthy owing to worries about disinformation and deceit and that Green Advertising Reception is no exception (Johnston, 2008). Contrary statements mislead buyers into thinking the offered products are better than they are (Chaouachi, Rached, 2012; Schmuck, 2018).

Green Brand Image and Green Brand Trust. Customers are more inclined to buy a company's products if they have a positive impression of the brand, according to a phenomenon called "brand image" (Chen et al, 2020). In a green setting, picture According to Chen (2012) and Martínez (2015), "green branding" refers to how customers perceive a brand concerning its environmental commitments and concerns. Given the growing environmental consciousness of consumers and the stringent international legislation aimed at protecting the environment, organizations must cultivate a green brand image (Delafróoz, Goli, 2015).

According to Khandelwal et al. (2019), consumers' expectations for a more environmentally conscious brand are met, and the difficulties that arise as a

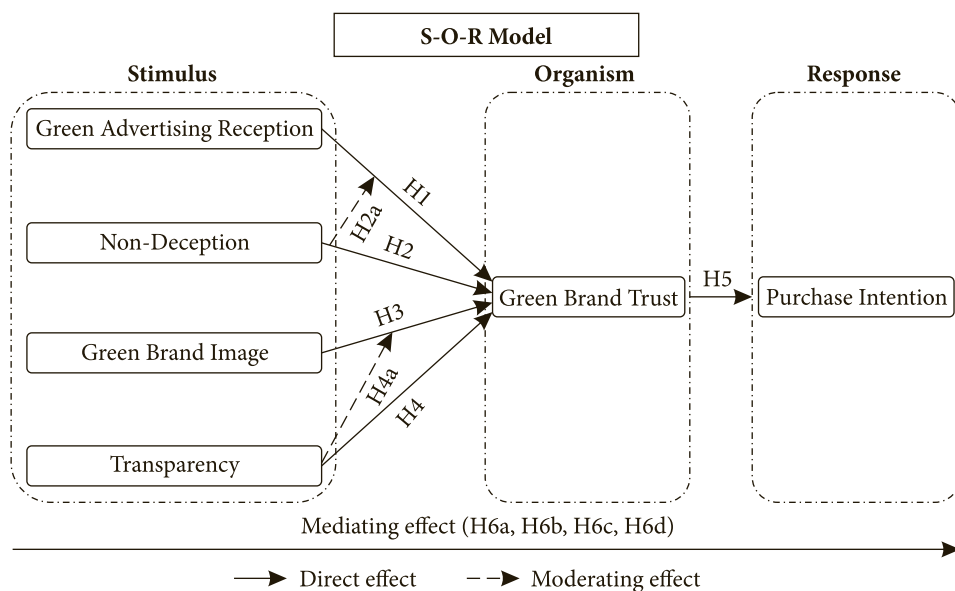
result are minimized. As a result, consumer confidence is boosted as perceived dangers are reduced. As previously stated by Chen in 2010 Trust and environmentally conscious brand perceptions have been the subject of prior studies (Bashir et al., 2020).

The Correlation Between Trust in Green Brands, Transparency, and Brand Image. When discussing environmental issues, "transparency" means that eco-friendly companies are forthright about their environmental initiatives. Being open and honest about the environmental implications of a company's manufacturing process is a sign of transparency (Lin et al., 2017). Reputable eco-friendly companies don't limit themselves to measuring impact. How well they explain their company policies and the long-term environmental benefits of their products (Bhaduri, Ha-Brookshire, 2011). According to Kang and Hustvedt (2014), for companies to have a positive relationship with consumers, transparency is essential.

Trust and a positive perception of a brand can be enhanced by environmental transparency, according to recent studies (Deng, Yang, 2022). Customers have more faith in environmentally conscious companies when they are open and honest with them (Chun, 2021). Conversely, studies have revealed that customers' perceptions of companies' value and utility improve when they are well-informed about the effects of products on the environment. According to Cope-land and Bhaduri (2020), this results in a solid bond between brands and their consumers. Similarly, confidence in a brand is positively correlated with its perceived environmental friendliness and transparency helps to foster that image (Lee, Chen, 2019). Busser & Shulga (2019) asserts that customers have more faith in brands when they perceive those brands to be trustworthy and open.

Green Brand Trust and Purchase Intention. According to Chen (2010), when consumers have trust in a brand, they are very likely to expect favorable feedback about the brand. When consumers have faith in a brand, it's because they think the brand is reliable, trustworthy, competent, and responsible (Doney, Cannon, 1997). According to Martínez (2015), in a green context, trust refers to customers' readiness to depend on a brand because they believe it is reliable, accountable, and environmentally conscious. According to research (Kahraman, Kazançoglu, 2019), consumers' trust in environmentally friendly brands can enhance their inclinations to buy. Consumers' trust in green brands has a positive effect on their intention to buy green products, according to recent research Amin & Tarun (2020) and Gil & Jacob (2018), which supports previous research by Nguyen-Viet (2022).

The mediating role of Green Brand Trust. Organizations use consumer trust as a metric for quality evaluation because they place importance on the emotional components of trust (Martínez, 2015). Green organizations employ advertising, trust-building techniques, and image to communicate the utility, efficiency, and dependability of their green products and increase consumer confidence by Cheung & To (2021), Lavuri (2022) and Wang (2020). People have good intentions to purchase enterprise products because they believe that consumers'



Study model

Source: prepared by authors based on Study Hypotheses.

trust is based on the company's good intentions and behavior (Wang, 2011). Customers' faith in a product's ability to address environmental issues is a major motivator for their purchase of eco-friendly goods. As previously stated by Chen in 2010 Green brand confidence affects the link between the antecedents of green purchase goals and purchase intention, according to Chen & Chiang (2013). Similarly, Bhaduri & Ha-Brookshire (2011) found that consumers' views and intent to purchase are more strongly correlated when they have faith in the transparency initiatives of organizations. Consumers' reactions to and views of ethical businesses' transparency in dealing with them should be investigated, according to recent studies (Cheung, To, 2021). Green Advertising Reception, green brand image, and purchase intention are all favorably correlated with green brand trust, according to research (Lavuri et al., 2022).

Study hypotheses: in response, this study proposes that variables like Green Advertising Reception, Non-Deception, Green Brand Image, and Transparency could contribute to the development of Green Brand Trust, which in turn could affect Purchase Intention (Tewari et al., 2022).

Furthermore, this study postulates that in the interaction between Green Advertising Reception, Non-Deception, Green Brand Image, and Transparency and consumers' Purchase Intention, the Green Brand Trust may act as a mediator (Lavuri et. al, 2022; Szabo, Webster, 2021; Wang et al., 2020).

The goal of this research is to determine how Non-Deception and Transparency, respectively, moderate the relationship between Green Advertising Reception and Green Brand Trust and Green Brand Image, Green Brand Image and Green Brand Trust.

Accordingly, we formulated the study hypotheses as follows:

H1: Green Advertising Reception positively affects Green Brand Trust.

H2: Non-Deception positively affects Green Brand Trust.

H2a: Non-Deception moderates the relationship between green advertising reception and Green Brand Trust.

H3: Green Brand Image positively affects Green Brand Trust.

H4: Transparency positively affects Green Brand Trust.

H4a: Transparency moderates the relationship between Green Brand Image and Green Brand Trust.

H5: There is a positive effect of Green Brand Trust on green Purchase Intention.

H6: Green Brand Trust plays a mediating role between:

H6a: Green Advertising Reception and Purchase Intention.

H6b: Green Brand Image and Purchase Intention.

H6c: Non-Deception and Purchase Intention.

H6d: Transparency and Purchase Intention.

As shown in *Fig.*, the proposed relationships illustrate the interplay between the various constructs and their influence on Purchase Intention through Green Brand Trust.

APPLIED FRAMEWORK

Based on the SOR (Stimulus-Organism-Response) model perspective, this study examines the relationship between green marketing motivation factors and Algerian consumers' purchase intention through trust in green brands in Maghnia, a city on the western border of Algeria, specifically within Tlemcen. This study is conducted within the Algerian context for the following reasons: (i) the majority of current studies are conducted in advanced economies, where understanding how green marketing practices influence Algerian consumers' purchase intentions for products and services is expected; (ii) understanding how green marketing impacts the consumer market in Algeria, and thereby understanding its influence on purchasing patterns and product choices based on sustainable criteria; (iii) identifying how green marketing motivation factors stimulate Algerian consumers' response to green brands, such as transparency, product quality, price competitiveness, and brand trust.

To test the proposed hypotheses, data were collected through a structured questionnaire. The questionnaire consisted of three parts: the first part began with demographic characteristics of the sample; the second part included general items to assess the independent variables representing Stimulus (S) according to the SOR model, which included 04 sub-variables representing the main variable of green marketing stimulus: GAR with 4 items, GBI with 6 items, GBT, and ND with 5 items; the third part focused on the mediator variable representing Organism according to the SOR model between the dependent and independent variables, which included the variable of trust in green brand with

5 items. The fourth part was allocated to Response according to the SOR model, which included the variable of purchase intention measured with 5 items.

This study investigated the impact of green marketing in Maghnia, a city located near the Moroccan border, providing a unique perspective on environmental and economic influences. A survey conducted in December 2023 initially targeted 250 consumers, but ultimately yielded 500 responses. After thorough data cleaning, 262 complete responses were analyzed. Participants were selected through purposive sampling, ensuring a large and diverse dataset was collected efficiently. The sample size, calculated using the Krejcie and Morgan formula (1970), guaranteed statistical significance for estimating coefficient C, allowing for robust analysis of green marketing effects. Data analysis was conducted using SPSS and PLS-Smart4, employing a 5-point Likert scale-based research tool.

Study Variables. This study includes the following variables:

- *green Advertising Reception*: this variable was coded as GAR. This variable was measured using four scale items taken from the study (Tewari et al. 2022);
- *non-deception*: this variable was coded as ND, where the scale items for this variable were formulated based on the study (Cheung, To, 2021);
- *green brand image*: this variable was coded as GBI, where this variable was measured using four scale items taken from the study (Lin, Zhou 2022);
- *transparency*: this variable was coded as TR, where the transparency scale items were adapted from the study (Lin et al. 2021);
- *green brand trust*: this variable was coded as GBT and four measures were taken for it (Konuk et al. 2018);
- *purchase intention*: this variable was coded as PI, and four measures were taken for it (Konuk et al. 2018).

Statistical Description of the Population and Study Sample According to Personal and Occupational Data. To put the theories to the test, researchers used an online survey in a field investigation. Furthermore, a non-probability cross-sectional sampling technique was employed, which has proven to be effective in studies examining consumers' experiences buying environmentally friendly products (Suki, 2016). This method was chosen because it is likely that the respondents will have purchased and consumed a sustainable product at least once in the previous six months (Tewari et al., 2022). Thus, a pre-test was carried out among 50 participants to guarantee the validity and structure of the questionnaire. Respondents were asked to fill out the survey by remembering a brand they had bought and considering the brand's reputation, advertising, and claims. They were also informed of the data's goals. This was done to prevent non-response bias. Google Forms was used to create the survey and generate the link to it. Alternatively, out of 500 participants, 262 (or about 52.4%) provided responses that were useful for data analysis. Structural equation modeling (SEM) is a suitable method for data analysis because the sample size is greater than 200 respondents (Bagozzi, Yi, 2012).

Frequencies and percentages were calculated to identify the personal characteristics of the study sample. The detailed analysis of the characteristics and attributes of the study sample is presented below, as shown in Table 1.

Through this table 1, it can be analyzed as follows:

- gender: most of the participants are female;
- age: most participants are between 18 and 35 years old;
- marital status: most of the participants are Bachelor.

Statistical Technology. The model's fit and expected correlations were verified using structural equation modeling (SEM). For data analysis, this study used Smart PLS 3.0, a software application that supports the partial least squares (PLS) methodology. This statistical program for variance-based structural equation modeling (SEM) makes use of the PLS path modeling method and has a graphical user interface. Structured equation modeling (SEM) is a good fit for studies that have a large number of variables and multiple constructs since it allows for the joint estimate of relationships (Hair et al., 2010).

Evaluation of the Measurement Model:

Convergent validity is crucial to ensure that the indicators measuring a latent construct are closely related. Assessing convergent validity helps researchers ensure that the indicators are reliable measures, ultimately enhancing the strength and accuracy of the PLS-SEM model;

Loading coefficient also called the reliability of the indicator, refers to the extent to which the indicators share the common variance of the construct, helping in the accurate representation of the construct's characteristics (Hair et al. 2015). By examining the outer loadings of construct indicators, one can assess the level of convergence and the degree to which these indicators collectively capture the essence of the reflective construct. The items representing indicators of a particular reflective construct must converge and share a high proportion of varian-

Table 1. Personal and functional characteristics of the study sample members

Variable	Status	Frequency	Percentage, %
Sex	Male	109	41.60
	Female	153	58.40
Marital Status	Married	82	31.30
	Bachelor	175	66.79
	Absolute	4	1.53
	Widower	1	0.38
The Age	18—20	114	43.51
	25—21	29	11.07
	30—26	46	17.56
	35—31	30	11.45
	40—36	14	5.34
	45—41	10	3.82
	50—46	9	3.44
	55—51	5	1.91
	60—56	5	1.91

Source: prepared by authors based on the results of statistical processing using SPSS.

ce, underscoring the significance of shared variance in evaluating the reflective measurement model;

High loading coefficients, specifically when they are greater than 0.7, indicate that the observed variable explains a significant portion of the variance in the latent variable. This ensures that approximately 50% of the variance in the observed variable is explained by the latent variable (Geminiani et al., 2021). Based on the results in the table below, we note that all indicators have a loading coefficient greater than 0.7. This indicates that the variance between the latent variable and its indicators is greater than the variance of measurement errors.

Cronbach Alpha (CA) is a measure of internal consistency reliability commonly used in (PLS-SEM) to assess the reliability of a scale or set of items (Ge-

Table 2. Construct validity of the items of the scales using SEM-PLS

Scales items	Factorial Weight	CA	CR
Green Advertising Reception			
GAR1	0.715		
GAR2	0.923		
GAR3	0.842	0.781	
GAR4	0.856		0.832
Green Brand Image			
GBI1	0.874		
GBI2	0.846		
GBI3	0.792		
GBI4	0.815	0.819	
GBI5	0.785		0.873
GBI6	0.789		
Green Brand Trust			
GBT1	0.888		
GBT2	0.843		
GBT3	0.704	0.756	
GBT4	0.846		0.900
GBT5	0.791		
Non-Deception			
ND1	0.886		
ND3	0.782	0.789	
ND4	0.822		0.875
ND5	0.733		
Purchase Intention			
PI1	0.768		
PI2	0.843	0.706	
PI3	0.887		0.917
PI4	0.703		
PI5	0.765		
Transparency			
T1	0.812		
T2	0.723	0.781	
T3	0.746		0.893
T4	0.802		
T5	0.857		

Source: prepared by authors based on PLS-Smart outputs.

miniani et al., 2021). There is strong evidence of good internal consistency from the table findings that show Cronbach's alpha values higher than 0.7. This strengthens the validity of the measurement model and provides evidence that the items reliably assess the same construct.

Composite Reliability (CR) is a measure that assesses the reliability of a latent construct by considering the internal consistency of its indicators. Greater values of this coefficient (which ranges from 0 to 1) signify increased reliability. A composite reliability value of 0.7 or higher is generally considered acceptable, indicating good internal consistency among the indicators of the latent construct. (Hair et al., 2014, p. 136). Composite reliability is a crucial metric in PLS-SEM because it provides a robust measure of the reliability of latent constructs, considering the magnitude of the correlations between variables and the accompanying inaccuracies in measurement.

From Table 2 below, it can be observed that all composite reliability (CR) coefficients are statistically acceptable, as they exceed the threshold of 0.7. This indicates that the construct items are internally consistent when measuring the latent variables, providing evidence that the measurement model is reliable.

Discriminant Validity is a criterion for assessing the extent to which latent constructs (factors) in the model are distinct from one another. The assessment determines whether the correlations between the items or indicators used to measure a specific construct and that construct are more pronounced in comparison to other constructs within the model. Establishing discriminant validity in PLS-SEM ensures that the measurement model precisely differentiates among distinct constructs, precluding any overlap or ambiguity between them.

We examined all structures of the research to identify missing values, including outlier checks and addressing normality issues. Pearson correlation was used to observe relationships between variables. To verify the reliability and validity of convergent data, we calculated Average Variance Extracted (AVE), Cronbach's Alpha, and Composite Reliability (CR). Adequate discriminant validity was ensured by confirming that the square root of AVE is greater than the correlation coefficients between corresponding structures (see Table 3). All factor loadings demonstrated sufficient convergent validity, indicating internal consistency above the recommended threshold of 0.50 (Fornell, Larcker, 1981). Moreover, to confirm discriminant validity following Henseler et al.'s (2015) suggestion.

It was necessary to evaluate common method variance since the model data was derived from a single-country survey with participants from a single event. Following the process and statistical method proposed by (Podsakoff, 2003), we were able to adjust for any common method bias in the model. Confidentiality was assured to participants concerning the procedural procedure. Also, to make sure people couldn't draw any conclusions about causation and effect, we gave each variable and statement in the survey a random assignment. Our statistical analysis focused on VIFs, or variance inflation factors, that emerged from a PLS-SEM completely linear test (Kock, 2015). According to this process, multicollinearity, or a common method bias, is indicated if the VIF result is more than 3.3.

The VIF readings were found to be below the threshold value of 3.3, ranging from 1.090 to 3.169, according to our research. These rules out multicollinearity and the common technique bias as serious issues in this study.

Structural Model Evaluation is a comprehensive process of analyzing and assessing the structural model (PLS-SEM) or any other structural statistical model. This evaluation aims to assess the models' validity and appropriateness for the data and research conditions. It includes several aspects such as:

The Coefficient of Determination (R^2). For each dependent variable in the model, the amount of variance explained by the independent variables is expressed as the coefficient of determination (R^2). The statistic represents the proportion of the variability in the dependent variable that can be accounted for by the independent variables included in the model.

According to the R^2 values presented in Table 4, green trust accounts for 29% of the variance in purchase intention whereas independent factors account for 57% of the variance in green trust. These numbers are greater than the 10% recommended cut-off value put forth by Hair et al. (2010) in a marketing study, especially the green trust rate.

Effect size f^2 . Within the structural model, effect size is a metric that expresses how much of an impact or influence one construct has on another. It aids in determining the relevance or practical significance of the connections between latent variables. Cohen (1988) offered the following recommendations for inter-

Table 3. Coorelation, discrimant validity, reliability and internal consistency

Variables	GAR	GBI	TR	GBT	ND	PI	CR	AVE	α
GAR	(0.862)						0.832	0.744	0.732
GBI	0.631**	(0.892)					0.873	0.795	0.807
TR	0.531**	0.729**	(0.912)				0.900	0.832	0.852
GBT	0.592**	0.709**	0.582**	(0.893)			0.975	0.797	0.808
ND	0.114*	0.243*	0.268*	0.106*	(0.925)		0.917	0.856	0.846
PI	0.580**	0.629**	0.607**	0.542**	0.135**	(0.926)	0.893	0.857	0.820

N o t e s: values of the square root of AVEs are shown diagonally in parentheses; ** — $P > 0.05$, * — $P < 0.01$; GAR — green advertising reception; GBI — green brand image; TR — trust; GBT — green brand trust; ND — non-deception; PI — purchase intention and transparency; CR — is equal to the square of the total factor loadings times the square of the sum of the error variances (square of the square of the sum of the factor loadings); AVE is equal to the sum of squared factor loadings divided by the sum of error variances; α — a Cronbach's Alpha.

Source: prepared by authors based on PLS-Smart outputs.

Table 4. Structural Model Evaluation

Relations	R^2	R^2 Adjusted	VIF	Q^2	f^2
GBT	0.569	0.553	3.169	0.3510	0.270
PI	0.287	0.302	1.090	0.210	

Source: prepared by authors based on PLS-Smart outputs.

pretation: $f^2 = 0.02$ denotes a little effect, $f^2 = 0.15$ denotes a medium effect, and $f^2 = 0.35$ denotes a significant effect.

The data presented in Table 4 clearly indicates that there is a modest impact, or impact size of 0.270, between consumers' Purchase Intention and Green Brand Trust. This highlights how crucial these basic variables are to the model.

Predictive relevance (Q^2). Q^2 is a measure of the predictive relevance or predictive power of the structural model for a particular endogenous construct. It assesses the model's ability to predict the data points of the indicators related to that construct. The model is predictively relevant if $Q^2 > 0$, whereas it is not predictively significant if $Q^2 < 0$ (Vincenzo et al., 2010).

Based on the results in Table 4, the estimated Q^2 value is 0.35 for green brand trust and 0.21 for purchase intention, indicating significant predictability of the model. This demonstrates a good fit (Henseler et al., 2015).

Paths and Hypothesis Testing. During this stage, the significance of the assumed paths of the structural model is tested, where the path coefficients are estimated via the multiple regression equation, where multiple regression is used to obtain the standard regression parameters, which represent the standard path parameters, and Weak correlations are shown by calculated coefficients that are around zero. Values very near to zero, or extremely low, typically do not deviate much from zero. The relationship is significant and statistically significant when the error rate (P -value) is less than 5% (Hair et al., 2014, p. 206). Therefore, comes as a second stage to verify the Significance of the path values. Thus, a student test is performed based on the Bootstrapping method with an error rate of 5%. The results are in the Table 5.

It is clear from the above table that all path values are significantly significant, which are:

Direct effect: the Green Advertising Reception variable significantly affects brand trust, which supports H1 ($\beta = 0.224$, P -value $< 5\%$). This study's findings, however, contradict the second hypothesis (H2) because non-deception has a

Table 5. Testing the significance of path coefficients using "Bootstrapping"

Hypothesis	Relationship	Beta	<i>t</i> -value	<i>P</i> -value	Decision
H1	GAR- > GBT	0.224	4.102	0.00	Supported
H2	ND- > GBT	-0.137	1.713	0.07	Not Supported
H3	GBI- > GBT	0.485	7.473	0.00	Supported
H4	TR- > GBT	0.122	1.692	0.09	Not Supported
H5	GBT- > PI	0.543	9.901	0.00	Supported
H6a	GAR- > GBT- > PI	0.121	3.654	0.00	Supported
H6b	GBI- > GBT- > PI	0.270	5.559	0.00	Supported
H6c	ND- > GBT- > PI	-0.039	1.696	0.09	Not Supported
H6d	TR- > GBT- > PI	0.065	1.646	0.10	Not Supported
H2a	GAR x ND- > GBT	0.172	3.879	0.00	Supported
H4a	GBI x TR- > GBT	0.005	0.085	0.93	Not Supported

Note: $p < 0.05$ (based on a one-tailed test with 5000 bootstrapping).

Source: prepared by authors based on PLS-Smart outputs.

negative effect on the Green Brand Trust brand trust variable ($\beta = -0.137$, $P\text{-value} > 5\%$). Regarding the third hypothesis H3. According to the study's findings, the green brand image influences the Green Brand Trust brand trust variable because ($\beta = 0.485$, $P\text{-value} < 5\%$), however, the effect of transparency on Green Brand Trust brand trust is not significant because ($\beta = 0.122$, $P\text{-value} < 5\%$) Therefore, the results of this study do not support the data H4.

Mediating effect: Having faith in the Green Brand Trust brand has a positive impact on purchase intention, according to the study's findings because ($\beta = 0.534$, $P\text{-value} < 5\%$), so we accept the results of the fifth hypothesis H5. The study results also show that Green Brand Trust brand trust fully mediates between GAR-PI (H6a) Because ($\beta = 0.121$, $P\text{-value} < 5\%$) and between GBI-PI (H6b) Because ($\beta = 0.270$, $P\text{-value} < 5\%$) However, Green Brand Trust does not mediate the ND-PI relationship (H6c), because $\beta = -0.039$, $P\text{-value} > 5\%$, and between TR-PI (H6d), because $\beta = 0.065$, $P\text{-value} > 5\%$.

Moderating effect: The findings presented in the table indicate that the non-deception variable effectively altered the association between brand trust Green Brand Trust and receptivity of Green Advertising Reception, which supported H2a, but the results of the study did not support the moderating effect of transparency on the relationship between green brand image and brand trust Green Brand Trust Hence, we reject H4a.

Results Analysis of the Study. Our research shows that eco-friendly companies hide important details about their environmental impact from consumers. Consumers become more suspicious of certain companies Romani et al. (2016), Nguyen et al. (2019).

Considering the function of green brand trust as a link between independent and dependent variables, it was determined that Green Brand Trust brand trust plays a significant mediating role in the relationships between Green Advertising Reception (H6a), green brand image (H6b), and purchase intention. Having said that, there is no statistically significant correlation between the Green Brand Trust brand trust variable and either the non-deception variable (H6c) or the transparency variable (H6d). Lavuri et al. (2022) found that this is a significant discovery that backs up earlier research.

Green Advertising Reception and a positive public perception of environmentally conscious companies are two other ways in which green brands could win over customers. Consumers who have a favorable impression of green firms and their advertising tend to be more confident, leading them to intend to buy green items. Findings like these corroborate those of earlier studies (Cheung, To, 2021; Bashir et al., 2020). Consumers do not trust green businesses due to the widespread belief that Green Advertising Reception and the green business image fall short of consumers' expectations, as demonstrated by the function of intangible brand trust Green Brand Trust in the association between non-deception and transparency with purchase intention. Thus, green businesses deceive customers and exaggerate the negative effects of their eco-friendly policies and procedures on the planet (Tewari et al., 2022). Curiously, the association between Green Advertising Reception and Green Brand Trust brand trust was shown to

increase when non-deception was investigated as a moderating variable. Providing the essential production and manufacturing information can improve honesty, say Cheung and To (2021). Therefore, shoppers will verify their faith in eco-friendly labels using non-deception. As a result, consumers' perceptions of not being misled might increase in correlation with the level of trust they have in green businesses, which in turn increases the uptake of green advertising.

Additionally, Transparency, the second moderating variable, did not affect the GBI-GBT link. Consumers' reduced focus on transparency when assessing green brand image is indicative of this outcome. The correlation between Green Brand Image and Green Brand Trust is not strongly influenced by Transparency, according to Nguyen & Dekhili (2019).

The study's findings provide credence to the notion that greenwashing is a serious issue in developing nations, including Algeria, which has significant implications for the country. Nguyen et al. (2019) and Yang et al. (2020) indicate that companies in these countries may face less pressure to implement transparent and honest environmental policies, thereby increasing the risk of greenwashing. This necessitates that policymakers and practitioners focus on developing regulatory controls and enhancing transparency to strengthen credibility and trust in green marketing.

Even though their actions have negative effects on the environment, opportunistic businesses in Algeria can convince Algerian consumers through green advertising.

Since Algerian consumers are aware of which institutions participate in misleading tactics and which do not reveal information on their environmental impact, they can make informed green purchasing decisions (Testa et al., 2018). This study found that environmental awareness and greenwashing awareness are present among Algerian consumers, assuming that developing-world institutions say one thing and do another and that most developing-world consumers are unaware of the term.

Limitation of the Study. Environmental repercussions are more likely to hit weaker nations since people there are less likely to be aware of greenwashing. This makes it easy for businesses to mislead their customers by pretending to be environmentally conscious. To further understand how consumers view greenwashing, it would be interesting to test these studies in a cross-national or cross-cultural setting. Further research can compare and contrast the various theories by drawing on various theoretical frameworks, such as self-determination theory and social exchange theory. Additionally, chemical-free items are frequently associated with sustainable consumption motivation since they are beneficial to health, society, and the environment. Research on consumers' sustainable consumption choices can benefit from including varied variables. Aspects like perceived value, product quality, practical benefits, the environment, and society can all be improved upon theoretically and practically as a result of this. Finally, there can be issues with the research's methodology, sample size, operationalization of constructs, or respondent characteristics. These could be addressed in future studies by employing other analytical methods, testing data based on respondent characteristics, performing studies with larger samples, and operationalizing constructs differently.

CONCLUSION

This research, conducted in the context of Algeria, provides a comprehensive understanding of the intricate relationship between green marketing strategies, consumer trust, and purchase intentions, with a particular focus on the threat of greenwashing. The findings highlight the crucial role of green brand trust in mediating the impact of green marketing motivating factors on consumers' purchase behavior.

Analyzing data from 262 consumers in Maghnia, Algeria, using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), this study revealed that green brand trust serves as a critical mediator between green marketing factors and purchase intentions. Positive reception of green advertising and a strong green brand image significantly enhance green brand trust, which in turn, strongly influences consumers' intentions to purchase green products.

Further analysis demonstrates that while non-deception and transparency do not directly impact green brand trust, they act as important moderators, enhancing the link between green advertising reception and trust. Notably, the study highlights the pervasive issue of greenwashing in Algeria, demonstrating how misleading environmental claims undermine consumer trust and purchase intentions.

These findings underscore the need for companies to prioritize genuine environmental efforts and ethical marketing practices to build lasting consumer relationships. Furthermore, the research emphasizes the importance of promoting environmental awareness among consumers through education programs and awareness campaigns, as well as strengthening environmental legislation to prevent deceptive practices. By understanding the complex relationship between green marketing factors, green brand trust, and purchase intentions, this study offers valuable insights for developing sustainable consumption patterns in developing economies while mitigating the negative effects of greenwashing.

To counter the threat of greenwashing, this research advocates for prioritizing genuine environmental efforts and ethical communication to foster sustainable consumer relationships. Increasing environmental awareness among consumers through educational programs and awareness campaigns is also crucial. Strengthening environmental legislation to prevent greenwashing is essential, as is supporting research and studies on green marketing to develop more effective marketing strategies. Employing influential environmental advertisements that resonate with Algerian consumers' values, adopting sustainable production practices that support the Algerian environment, and obtaining accredited environmental certificates from international and local organizations will further contribute to promoting responsible green marketing practices, protecting the environment, and enhancing Algerian consumers' awareness of the importance of sustainable consumption. This research serves as a valuable guide for marketers and policymakers seeking to foster sustainable consumption patterns in developing economies while mitigating the detrimental effects of greenwashing.

REFERENCES

- Sun, Y., Wang, S. (2020). Understanding consumers' intentions to purchase green products in the social media marketing context. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32, 860-878. <https://doi.org/10.1108/apjml-03-2019-0178>
- Bingaman, J., Kipkoeh, G., Crowley, J. (2022). Inoculation & greenwashing: Defending against misleading sustainability messaging. *Communication Reports*, 1-13. <https://doi.org/10.1080/08934215.2022.2048877>
- Wang, D., Walker, T., Barabanov, S. (2020). A psychological approach to regaining consumer trust after greenwashing: The case of Chinese green consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 37(6), 593-603. <https://doi.org/10.1108/JCM-06-2019-3257>
- Thøgersen, J. (2021). Consumer behavior and climate change: Consumers need considerable assistance. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 42, 9-14. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2021.02.008>
- Topal, I., Nart, S., Akar, C., Erkollar, A. (2020). The effect of greenwashing on online consumer engagement: A comparative study in France, Germany, Turkey, and the United Kingdom. *Business Strategy and the Environment*, 29(2), 465-480. <https://doi.org/10.1002/bse.2380>
- Szabo, S., Webster, J. (2021). Perceived greenwashing: The effects of green marketing on environmental and product perceptions. *Journal of Business Ethics*, 171(4), 719-739. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04461-0>
- De Jong, M., Huluba, G., Beldad, A. (2020). Different shades of greenwashing: Consumers' reactions to environmental lies, half-lies, and organizations taking credit for following legal obligations. *Journal of Business and Technical Communication*, 34(1), 38-76. <https://doi.org/10.1177/1050651919874105>
- Bashir, S., Khwaja, M., Rashid, Y., Turi, J., Waheed, T. (2020). Green brand benefits and brand outcomes: The mediating role of green brand image. *SAGE Open*, 10(3), <https://doi.org/10.1177/2158244020953156>
- do Paço, A., Shiel, C., Alves, H. (2019). A new model for testing green consumer behaviour. *Journal of Cleaner Production*, 207, 998-1006. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.105>
- Konuk, F. (2018). The role of store image, perceived quality, trust and perceived value in predicting consumers' purchase intentions towards organic private label food. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43, 304-310. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.04.011>
- Lavuri, R., Jabbour, C., Grebinevych, O., Roubaud, D. (2022). Green factors stimulating the purchase intention of innovative luxury organic beauty products: Implications for sustainable development. *Journal of Environmental Management*, 301, 113899. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.113899>
- Hwang, J., Lyu, S. (2020). Relationships among green image, consumer attitudes, desire, and customer citizenship behavior in the airline industry. *International Journal of Sustainable Transportation*, 14(6), 437-447. <https://doi.org/10.1080/15568318.2019.1573280>
- Lin, J., Zhou, Z. (2022). The positioning of green brands in enhancing their image: The mediating roles of green brand innovativeness and green perceived value. *International Journal of Emerging Markets*, 17(6), 1404-1424. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-06-2020-0657>
- Dangelico, R., Vocalelli, D. (2017). "Green Marketing": An analysis of definitions, strategy steps, and tools through a systematic review of the literature. *Journal of Cleaner Production*, 165, 1263-1279. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2017.07.184>

- Prakash, A. (2002). Green marketing, public policy and managerial strategies. *Business Strategy and The Environment*, 11, 285-297. <https://doi.org/10.1002/BSE.338>
- Groening, C., Sarkis, J., Zhu, Q. (2018). Green marketing consumer-level theory review: A compendium of applied theories and further research directions. *Journal of Cleaner Production*, 172, 1848-1866. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2017.12.002>
- Nadanyiova, M., Gajanova, L., Majerová, J. (2020). Green Marketing as a Part of the Socially Responsible Brand's Communication from the Aspect of Generational Stratification. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su12177118>
- Kardos, M., Gabor, M., Cristache, N. (2019). Green Marketing's Roles in Sustainability and Ecopreneurship. Case Study: Green Packaging's Impact on Romanian Young Consumers' Environmental Responsibility. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/SU11030873>
- Jacquelyn A. Ottman (2011). The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding. <https://doi.org/10.4324/9781351278683>
- Polonsky, M. (2003). Environmental Marketing: Strategies, Practice, Theory, and Research.
- Makower, J. (2008). Strategies for the Green Economy: Opportunities and Challenges in the New World of Business.
- Esty, D. (2006). Green to Gold: How Smart Companies Use Environmental Strategy to Innovate, Create Value, and Build Competitive Advantage.
- Giri, A., Chatterjee, S., Biswas, S., Aich, A. (2020). Factors Influencing Consumer Purchase Intention of Daily Groceries Through B2c Websites in Metro-Cities of India. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9, 719-722. URL: <http://www.ijstr.org/final-print/jan2020/Factors-Influencing-Consumer-Purchase-Intention-Of-Daily-Groceries-Through-B2c-Websites-In-Metro-cities-Of-India.pdf>
- Pradana, I. (2021). The Effect of Youtube Advertisement on Consumer Purchase Intention of Online Transportation Brands in Bandung (Case Study on Grab and Gojek Companies). *South Asian Research Journal of Engineering and Technology*. <https://doi.org/10.36346/sarjet.2021.v03i02.001>
- Yu, Q. (2023). Research on Factors Affecting Consumers' Purchase Intention. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/37/20231835>
- Lei, Li, Ji, Xu, Uma, Kumar (2022). Consumers purchase intention in consumer-to-consumer online transaction: the case of Daigou. *Transnational Corporations Review*, Vol. 15, Iss. 3, pp. 15-31. <https://doi.org/10.1080/19186444.2022.2077059>
- Qi, Zhang, Yuling, Wang, Shaizatulaqma, K.A. (2024). Consumers purchase intention in live-streaming e-commerce: A consumption value perspective and the role of streamer popularity. *PLOS ONE*. Feb 24. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0296339>
- Sun, Y., Wang, S. (2020). Understanding consumers' intentions to purchase green products in the social media marketing context. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 32, No. 4, pp. 860-878. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2019-0178>
- Zhuang, W., Luo, X., Riaz, M. (2021). On the Factors Influencing Green Purchase Intention: A Meta-Analysis Approach. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.644020>
- Pimonenko, T., Chygryn, O., Lyulyov, O. (2019). Green branding as a driver to boost the development of green investment market. *Cherkasy University Bulletin: Economics Sciences*. <https://doi.org/10.31651/2076-5843-2019-1-144-150>
- Salehzadeh, R., Sayedan, M., Mirmehdi, S., Aqagoli, P. (2021). Elucidating green branding among Muslim consumers: the nexus of green brand love, image, trust and attitude. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/jima-08-2019-0169>

- Chen, Y. (2010). The Drivers of Green Brand Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust. *Journal of Business Ethics*, 93, 307-319. <https://doi.org/10.1007/S10551-009-0223-9>
- Wang, Y., Zaman, H., Alvi, A. (2022). Linkage of Green Brand Positioning and Green Customer Value with Green Purchase Intention: The Mediating and Moderating Role of Attitude Toward Green Brand and Green Trust. *SAGE Open*, 12. <https://doi.org/10.1177/21582440221102441>
- Guo, R., Tao, L., Li, C., Wang, T. (2017). A Path Analysis of Greenwashing in a Trust Crisis Among Chinese Energy Companies: The Role of Brand Legitimacy and Brand Loyalty. *Journal of Business Ethics*, 140, 523-536. <https://doi.org/10.1007/S10551-015-2672-7>
- Netto, S., Sobral, M., Ribeiro, A., Soares, G. (2020). Concepts and forms of greenwashing: a systematic review. *Environmental Sciences Europe*, 32, 1-12. <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>
- Dahl, R. (2010). Green Washing. *Environmental Health Perspectives*, 118, A246-A252. <https://doi.org/10.1289/ehp.118-a246>
- Delmas, M., Burbano, V. (2011). The Drivers of Greenwashing. *California Management Review*, 54, 64-87. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.54.1.64>
- Bowen, F., Aragón-Correa, A. (2014). Greenwashing in Corporate Environmentalism Research and Practice. *Organization & Environment*, 27, 107-112. <https://doi.org/10.1177/1086026614537078>
- Jacoby, J. (2002). Stimulus-organism-response reconsidered: An evolutionary step in modeling (consumer) behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 12(1), 51-57. https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1201_05
- Sultan, P., Wong, H., Azam, M. (2021). How perceived communication source and food value stimulate purchase intention of organic food: An examination of the stimulus-organism-response (SOR) model. *Journal of Cleaner Production*, 312, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127807>
- Nguyen-Viet, B. (2022). Understanding the influence of eco-label, and green advertising on green purchase intention: The mediating role of green brand equity. *Journal of Food Products Marketing*, 28(2), 87-103. <https://doi.org/10.1080/1045446.2022.2043212>
- Chen, Y., Chang, C. (2013). Greenwash and green trust: The mediation effects of green consumer confusion and green perceived risk. *Journal of Business Ethics*, 114(3), 489-500. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1360-0>
- Yoon, H., Kim, Y. (2016). Understanding green advertising attitude and behavioral intention: An application of the health belief model. *Journal of Promotion Management*, 22(1), 49-70. <https://doi.org/10.1080/10496491.2015.1107006>
- Bailey, A., Mishra, A., Tiamiyu, M. (2016). Green advertising receptivity: An initial scale development process. *Journal of Marketing Communications*, 22(3), 327-345. DOI: 10.1080/13527266.2014.904812
- Nagar, K. (2015). Modeling the effects of green advertising on brand image: Investigating the moderating effects of product involvement using structural equation. *Journal of Global Marketing*, 28(3-5), 152-171. <https://doi.org/10.1080/08911762.2015.1114692>
- Leonidou, L., Leonidou, C., Palihawadana, D., Hultman, M. (2011). Evaluating the green advertising practices of international firms: A trend analysis. *International Marketing Review*, 28(1), 6-33. <https://doi.org/10.1108/02651331111107080>

- Mansoor, M., Paul, J. (2022). Consumers' choice behavior: An interactive effect of expected eudaimonic well-being and green altruism. *Business Strategy and the Environment*, 31(1), 94-109. <https://doi.org/10.1002/bse.2876>
- White, K., Habib, R., Hardisty, D. (2019). How to SHIFT consumer behaviors to be more sustainable: A literature review and guiding framework. *Journal of Marketing*, 83(3), 22-49. <https://doi.org/10.1177/0022242919825649>
- Roman, S. (2007). The ethics of online retailing: A scale development and validation from the consumers' perspective. *Journal of Business Ethics*, 72(2), 131-148. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9161-y>
- Cheung, M., To, W. (2021). The effect of consumer perceptions of the ethics of retailers on purchase behavior and word-of-mouth: The moderating role of ethical beliefs. *Journal of Business Ethics*, 171(4), 771-788. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04431-6>
- Kangun, N., Carlson, L., Grove, S. (1991). Environmental advertising claims: A preliminary investigation. *Journal of Public Policy & Marketing*, 10(2), 47-58. <https://doi.org/10.1177/074391569101000203>
- Schmuck, D., Matthes, J., Naderer, B. (2018). Misleading consumers with green advertising? An affect-reason-involvement account of greenwashing effects in environmental advertising. *Journal of Advertising*, 47(2), 127-145. <https://doi.org/10.1080/00913367.2018.1452652>
- Johnston, J. (2008). The citizen-consumer hybrid: Ideological tensions and the case of Whole Foods Market. *Theory and Society*, 37, 229-270. <https://doi.org/10.1007/s11186-007-9058-5>
- Rahman, I., Park, J., Chi, C. (2015). Consequences of "greenwashing": Consumers' reactions to hotels' green initiatives. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1054-1081. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2014-0202>
- Chaouachi, S., Rached, K. (2012). Perceived deception in advertising: Proposition of a measurement scale. *Journal of Marketing Research & Case Studies*, 2012, 1-15. <https://doi.org/10.5171/2012.712622>
- Chen, Y.-S., Huang, A.-F., Wang, T.-Y., Chen, Y.-R. (2020). Greenwash and green purchase behaviour: The mediation of green brand image and green brand loyalty. *Total Quality Management & Business Excellence*, 31(1-2), 194-209. <https://doi.org/10.1080/14783363.2018.1426450>
- Chen, Y., Chang, C. (2012). Enhance green purchase intentions: The roles of green perceived value, green perceived risk, and green trust. *Management Decision*, 50(3), 502-520. <https://doi.org/10.1108/00251741211216250>
- Martínez, P. (2015). Customer loyalty: exploring its antecedents from an green marketing perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(5), 896-917. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2014-0115>
- Delafrooz, N., Goli, A. (2015). The factors affecting the green brand equity of electronic products: Green marketing. *Cogent Business & Management*, 2(1), <https://doi.org/10.1080/23311975.2015.1079351>
- Khandelwal, U., Kulshreshtha, K., Tripathi, V. (2019). Importance of consumer-based green brand equity: Empirical evidence. *Paradigm*, 23(4), <https://doi.org/10.1177/0971890719844428>
- Lin, J., Lobo, A., Leckie, C. (2017). Green brand benefits and their influence on brand loyalty. *Marketing Intelligence & Planning*, 35(3), 425-440. <https://doi.org/10.1108/MIP-09-2016-0174>

- Bhaduri, G., Ha-Brookshire, J. (2011). Do transparent business practices pay? Exploration of transparency and consumer purchase intention. *Clothing and Textiles Research Journal*, Vol. 29, Iss. 2. <https://doi.org/10.1177/0887302X11407910>
- Kang, J., Hustvedt, G. (2014). Building trust between consumers and corporations: The role of consumer perceptions of transparency and social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 125(2), 253-265. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1916-7>
- Deng, Y.-Y., Yang, Y.-C. (2022). Exploring the role of green attributes transparency influencing green customer citizenship behavior. *British Food Journal*, 124(5), 1473-1484. <https://doi.org/10.1108/bfj-03-2021-0223>
- Chun, E., Joung, H., Lim, Y., Ko, E. (2021). Business transparency and willingness to act environmentally conscious behavior: Applying the sustainable fashion evaluation system "Higg Index". *Journal of Global Clothing and Textiles Research Journal*, 29(2), 135-149. <https://doi.org/10.3390/su15076202>
- Copeland, L., Bhaduri, G. (2020). Consumer relationship with proenvironmental apparel brands: Effect of knowledge, scepticism and brand familiarity. *The Journal of Product and Brand Management*, 29(1), 1-14. <https://doi.org/10.1108/JPBM-03-2018-1794>
- Lee, Y., Chen, S. (2019). Effect of green attributes transparency on WTA for green cosmetics: Mediating effects of CSR and green brand concepts. *Sustainability*, 11(19), <https://doi.org/10.3390/su11195258>
- Busser, J., Shulga, L. (2019). Involvement in consumer-generated advertising: Effects of organizational transparency and brand authenticity on loyalty and trust. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(4), 1763-1784. <http://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-10-2017-0685>
- Doney, P., Cannon, J. (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 61(2), 35-51. <https://doi.org/10.2307/1251829>
- Kahraman, A., Kazançoglu, I. (2019). Understanding consumers' purchase intentions toward natural-claimed products: Qualitative research in personal care products. *Business Strategy and the Environment*, 28(6), 1218-1233. <https://doi.org/10.1002/bse.2312>
- Amin, S., Tarun, M. (2020). Effect of consumption values on customers' green purchase intention: a mediating role of green trust. *Social Responsibility Journal*, 17(8), 1320-1336. <https://doi.org/10.1108/SRJ-05-2020-0191>
- Gil, M., Jacob, J. (2018). The relationship between green perceived quality and green purchase intention: A three-path mediation approach using green satisfaction and green trust. *International Journal of Business Innovation and Research*, 15(3), 301-319. <https://doi.org/10.1504/IJBIR.2018.089750>
- Wang, A. (2011). The effects of firms' advertising disclosures as a reflection of CSR practices on consumer responses. *Social Responsibility Journal*, 7(4), 592-603. <https://doi.org/10.1108/17471111111175155>
- Tewari, A., Mathur, S., Srivastava, S., Gangwar, D. (2022). Examining the role of receptivity to green communication, altruism and openness to change on young consumers' intention to purchase green apparel: A multi-analytical approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102938>
- Lin, J., Zhou, Z. (2022). The positioning of green brands in enhancing their image: The mediating roles of green brand innovativeness and green perceived value. *International Journal of Emerging Markets*, 17(6), 1404-1424. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-06-2020-0657>
- Lin, J., Zhou, Z., Leckie, C. (2021). Green brand communication, brand prominence and self brand connection. *The Journal of Product and Brand Management*, 30(8), 1148-1161. <https://doi.org/10.1108/JPBM-04-2020-2874>

- Konuk, F. (2018). The role of store image, perceived quality, trust and perceived value in predicting consumers' purchase intentions towards organic private label food. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43, 304-310. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.04.011>
- Krejcie, R., Morgan, D. (1970). Determining sample size for research activities. *Educ. Psychol. Meas*, 30, 607-610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Suki, N. (2016). Green product purchase intention: Impact of green brands, attitude, and knowledge. *Br. Food J.*, 118, 2893-2910. <https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2016-0295>
- Comrey, A., Lee, H. (1992). *A First Course in Factor Analysis*, 2nd ed. New York, Psychology Press. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315827506/first-course-factor-analysis-andrew-comrey-howard-lee>
- Wandiga, E., Kilika, J., James, R. (2017). Linking Operations Strategies with Customer Based Competence and Firm Performance in the Context of Knowledge Based Intensive Sector: A Theoretical Review. *International Journal of Business and Management*. Vol. 12, No. 8, pp. 234-248. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v12n8p234>
- Bagozzi, R., Yi, Y. (2012). Specification, evaluation, and interpretation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(1), 8-34. <https://doi.org/10.1007/s11747-011-0278-x>
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*, 7th ed. Pearson Education Inc.
- Hair, J., Celsi, M., Money, A., Samouel, P., Page, M. (2015). *The essentials of business research methods*, 3d ed. New York, Routledge. 506 p. <https://doi.org/10.4324/9781315716862>
- Geminiani, E., Ceulemans, E., De Roover, K. (2021). Testing for Factor Loading Differences in Mixture Simultaneous Factor Analysis: A Monte Carlo Simulation-Based Perspective. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, Vol. 28, Iss. 3, pp. 391-409. <https://doi.org/10.1080/10705511.2020.1807351>
- Hair, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., Kuppelwieser, V. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool for Business Research. *European Business Review*, 26(2), 106-121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Fornell, C., Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Podsakoff, N. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(879), 10-1037. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>
- Kock, N. (2015). Common method bias in PLS-SEM: A full collinearity assessment approach. *International Journal of e-Collaboration*, 11(4), 1-10. <https://doi.org/10.4018/ijec.2015100101>
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. 2nd ed. New York, New York University. 579 p. URL: <https://www.utstat.toronto.edu/~brunner/oldclass/378f16/readings/CohenPower.pdf>
- Di Vincenzo, G., Bracciali, L., Del Carlo, P., Panter, K., Rocchi, S. (2010). (Supplement Table 1) Argon isotope concentrations in volcanic samples of core AND-2A. PANGAEA. <https://doi.org/10.1594/PANGAEA.809104>
- Henseler, J., Ringle, C., Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>

- Romani, S., Grappi, S., Bagozzi, R. (2016). Corporate socially responsible initiatives and their effects on consumption of green products. *Journal of Business Ethics*, 135(2), 253-264. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2485-0>
- Nguyen, T., Yang, Z., Nguyen, N., Johnson, L., Cao, T. (2019). Greenwash and green purchase intention: The mediating role of green scepticism. *Sustainability*, 11(9), 2653. <https://doi.org/10.3390/su11092653>
- Nguyen, T., Dekhili, S. (2019). Sustainable development in Vietnam: An examination of consumers' perceptions of green products. *Business Strategy & Development*, 2(2), 127-136. <https://doi.org/10.1002/bsd.2.48>
- Yang, Z., Nguyen, T., Nguyen, H., Nguyen, T., Cao, T. (2020). Greenwashing behaviours: Causes, taxonomy and consequences based on a systematic literature review. *Journal of Business Economics and Management*, 21(5), 1486-1507. <https://doi.org/10.3846/jbem.2020.13225>
- Testa, F., Miroshnychenko, I., Barontini, R., Frey, M. (2018). Does it pay to be a green-washer or a brownwasher? *Business Strategy and the Environment*, 27(7), 1104-1116. <https://doi.org/10.1002/bse.2058>

Received on May 30, 2024

Reviewed on June 24, 2024

Revised on July 15, 2024

Signed for printing on August 13, 2024

Ахмед Буріш, доц., професор університету

Інститут економіки, бізнесу та менеджменту, Лабораторія

з оцінювання економічної політики і прогнозування стратегій підприємств

Університетський центр Магнії, Тлемсен, Алжир

шосе аль-Завія, 13001, Магнія, Алжир

Абделькадер Хамлі, д-р філософії, професор університету

Інститут економіки, бізнесу та менеджменту, Лабораторія

з оцінювання економічної політики і прогнозування стратегій підприємств

Університетський центр Магнії, Тлемсен, Алжир

шосе аль-Завія, 13001, Магнія, Алжир

Наїм Алі, д-р філософії, мережевий адміністратор

Мултанський жіночий університет, Пенджаб, Пакистан

житлова забудова біля Нового Катчері, 199, блок «А», Мултан-Пенджаб, Пакистан

Бенамар Бенаїсса, аспірант, бухгалтер

Інститут економіки, бізнесу та менеджменту, Лабораторія

з оцінювання економічної політики і прогнозування стратегій підприємств

Університетський центр Магнії, Тлемсен, Алжир

шосе аль-Завія, 13300, Магнія, Алжир

ВПЛИВ МОТИВАЦІЙНИХ ЧИННИКІВ ЗЕЛЕНОГО МАРКЕТИНГУ НА КУПІВЕЛЬНІ НАМІРИ СПОЖИВАЧІВ ЗА ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ РОЛІ ДОВІРИ ДО ЗЕЛЕНОГО БРЕНДУ ДЛЯ ПРОТИДІЇ ГРІНВОШІНГУ

Розглянуто вплив мотиваційних чинників зеленого маркетингу на купівельні наміри алжирських споживачів, особливу увагу приділено посередницькій ролі довіри до зеленого бренду в пом'якшенні впливу «зеленого відмивання» — грінвошінгу. У рамках дослідження, проведеного в Магнії, було опитано 262 споживачі з використанням структурованої анкети. Аналізуючи дані за допомогою моделювання

структурними рівняннями за частковими найменшими квадратами (PLS-SEM), показано, що довіра до зеленого бренду виступає критичним посередником між чинниками зеленого маркетингу і купівельними намірами. Виявлено, що позитивне сприйняття зеленої реклами і потужний імідж зеленого бренду значно підвищують довіру до останнього, що, у свою чергу, істотно впливає на наміри споживачів купувати екологічні продукти.

Подальший аналіз показує, що, хоча відсутність обману і прозорість безпосередньо не впливають на довіру до зеленого бренду, вони діють як важливі модератори, посилюючи зв'язок між сприйняттям зеленої реклами і довірою. Висвітлено, зокрема, поширену проблему грінвошингу в Алжирі й продемонстровано, як оманливі екологічні заяви підривають довіру споживачів та їхні купівельні наміри. Підкреслено, що пріоритетом для компаній мають бути реальні зусилля з охорони навколишнього середовища і етичні маркетингові практики для побудови стійких зв'язків зі споживачами. Наголошено на важливості сприяння екологічній обізнаності серед споживачів через освітні програми та інформаційні кампанії, а також посилення екологічного законодавства для запобігання шахрайству. Завдяки розумінню складного взаємозв'язку між чинниками зеленого маркетингу, довірою до зеленого бренду і купівельними намірами отримано цінну інформацію для розробки моделей сталого споживання в економіках, що розвиваються, і пом'якшення негативних наслідків грінвошингу.

Ключові слова: довіра до зеленого бренду; зелена реклама; купівельний намір; грінвошинг; імідж зеленого бренду.

Надійшла 30.05.2024

Прорецензована 24.06.2024

Доопрацьована 15.07.2024

Підписана до друку 13.08.2024

<https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.10.092>

УДК 004: 330.341.1

JEL: A10, B41, D80, F00, I25, O15, O30

В.М. ТАРАСЕВИЧ, д-р екон. наук, проф., член-кореспондент НАН України, завідувач кафедри міжнародної економіки і соціально-гуманітарних дисциплін Український державний університет науки і технологій

вул. Лазаряна, 2, 49010, Дніпро, Україна

e-mail: viktarsevich@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6997-0166>

ДО ТЕОРЕТИЧНОГО РОЗУМІННЯ СМАРТ-ЕКОНОМІКИ

Розглянуто рівні пізнання смарт-економіки як реальності: емпіричний, абстрактно-теоретичний, теоретико-прикладний. Охарактеризовано погляди на смарт-економіку як частину смарт-суспільства і нову модель економіки, на її склад, функціональний вимір, цільову причинність, деякі прикладні аспекти. Виокремлено етапи сучасної знаннєво-інформаційно-цифрової або інтелектуальної революції. Людино-машинову інтелектуальну систему представлено як вихідний об'єкт, змістовне ядро смарт-економіки. Визначено смарт-економіку I, II, III і IV родів, а також смарт-економіку як цілісність, утворену множиною людино-машинних інтелектуальних систем, що завдяки людині функціонують, самоорганізуються і саморозвиваються.

Ключові слова: смарт-економіка; рівень пізнання; смарт-суспільство; кореволуція; інтелектуальна революція; функціонально-інтелектуальна машина та її види; людино-машинова інтелектуальна система; смарт-економіка I, II, III і IV родів; цілісна смарт-економіка; множина людино-машинних інтелектуальних систем.

Ц и т у в а н н я: Тарасевич, В. (2024). До теоретичного розуміння смарт-економіки. *Економіка України*. 67. 10 (755). 92-112. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.10.092>

© Видавець ВД «Академперіодика» НАН України, 2024. Стаття опублікована на умовах відкритого доступу за ліцензією CC BY-NC-ND license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

Редакційна колегія журналу не повністю погоджується з окремими авторськими тезами і висновками, але, з огляду на важливість і сучасність порушеної теми, надає автору можливість оприлюднити свої наукові розвідки і міркування й запрошує наукову спільноту до дискусії.

ВСТУПНІ ЗАУВАЖЕННЯ

В останні роки префікс «смарт» буквально заповнив не тільки блогосферу, численні пабліки, бізнес-середовище, але й наукову літературу: смартфон, смарт-автомобіль, смарт-розвиток, смарт-спеціалізація, смарт-підприємство, смарт-промисловість, смарт-місто, смарт-суспільство і т. д., і т. п. Зрозуміло, серед мотивів настільки активного застосування терміна «смарт» не можна виключати прихильність до моди, престижу, стремління бути «у тренді», виграти черговий конкурс, отримати грант тощо. Однак, на моє глибоке переконання, ученими-економістами рухають, перш за все і головним чином, пізнавальні інтереси. Інша справа, що, з огляду на професійні особливості, прихильники конкретної економічної науки й експерти порівняно оперативніше реагують на новітні економічні процеси і явища, а також терміни й поняття, які претендують на їх відображення і репрезентацію. Проте процеси і явища мають не тільки форму, а й зміст, не тільки феноменальну, а й ноуменальну, сутнісну складову. Її пізнанням і поясненням покликані займатися професійні економісти-теоретики, прихильники фундаментальної економічної науки, у тому числі з тим, щоб з'ясувати, яким чином ця складова представлена на поверхні економічного життя, запропонувати відповідні поняття, що відображатимуть зміст саме досліджуваної, а не якоїсь іншої складової об'єктивної економічної реальності.

Отже, **мета статті** — сформулювати й обґрунтувати економіко-теоретичні положення щодо техніко-економічних змісту і будови смарт-економіки як складової сучасної економіки і, таким чином, посилити власне теоретичну складову дискусії із смарт-економічної проблематики.

КОРОТКА РЕТРОСПЕКТИВА

Судячи з наявної інформації, термін SMART був запропонований Дж. Дораном як акронім для позначення особливого методу визначення цілей і постановки завдань у менеджменті й управлінні проектами¹. Завдяки вдалому поєднанню раціональності та операціональності цей метод і сьогодні є затребуваним, у тому числі в конкретній економічній науці, наприклад, при вивченні проблематики смарт-спеціалізації регіонального розвитку (Брич та ін., 2022). Однак тут нас цікавить не цей метод сам по собі, й навіть не концепції і/або теорії, що послужили його передтечею, а та особлива економічна реальність, для позначення котрої обрано прикметники «розумна», «інтелектуальна»² як варіанти перекладу українською англійського слова smart, зовнішньо тотожного згаданому акроніму.

¹ За Дж. Дораном, SMART розшифровується так: Specific (конкретний), Measurable (вимірюваний), Assignable (призначений), Realistic (реалістичний), Timerelated (пов'язаний з часом) (Doran, 1981).

² Тут і далі ці прикметники, а також іменники «розум» та «інтелект» розглядаються як синоніми. Це є тим більш виправданим, що латинське intellectus перекладається як розум.

Якщо прийняти гранично широкий сенс термінів «розум» та «інтелект»³, то реальна економіка завжди була тією чи іншою мірою інтелектуальною, розумною, оскільки від самого початку є особливою сферою життєдіяльності людини розумної⁴, прикладення і прирощення її свідомих сутнісних сил⁵. Звісно, у процесі суспільного розвитку, з одного боку, людський інтелект збагачується й розвивається, а з іншого — змінюється домінантна економічна значущість його різних складових. Так, у *аграрну епоху* домінують позанаукове, народне економічне знання, так званий здоровий глузд, здобутий методом проб і помилок, інтуїція і традиція. Власне наукове, вербально-теоретичне мислення й практична дія переважно є відокремленими, а їх взаємне збагачення — спорадичним. Для *індустріально-капіталістичної епохи* характерними є інші пріоритети. Народжена й активно прогресуюча економічна наука, особливо її конкретна складова, дедалі успішніше взаємодіє з прикладними науково-технічними дослідженнями, що фінансуються капіталом, тому промисловість поступово і неухильно стає, за К. Марксом, сферою застосування науки, а наука — продуктивною силою. Своїми результатами Перша промислова революція (як і всі наступні) багато в чому завдячує відповідним науковим ідеям і розробкам.

Коли на початку 1960-х років стало очевидним, що в економічно розвинутих країнах кількість «білих комірців» перевищила чисельність індустріальних робітників, вартісна оцінка людського капіталу — таку капіталу фізичного, масштаби третинного сектору — такі первинного і вторинного разом, а у створеній людиною індустріальною штучній природі обсяги нематеріальних активів досягли обсягів матеріальних, провідні вчені констатували початок народження *постіндустріальних суспільства і економіки*. Різноманіття їх специфічних характеристик аж ніяк не полегшило пошук загальноприйнятого єдиного поняття, що узагальнено виражало б ці характеристики. Зрозуміло, це не могло завадити їх більше ніж півсторічному інтенсивному вивченню як відокремлених феноменів і відповідних взаємозв'язків. Його важливими результатами стали ідеї, концепції, теорії стійкого розвитку, нової економіки, інформаційної економіки, економіки знань, інновацій-

³ У найбільш загальному, широкому сенсі інтелект (розум) означає здатність до пізнання і вирішення проблем, яка об'єднує здатності до відчуття, сприйняття, пам'яті, уявлення, мислення (Інтелект. *Bikimedia*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82> (дата звернення: 19.04.2024)). Слід мати на увазі й більш конкретне визначення інтелекту: в *гносеології* він трактується як здатність до опосередкованого, абстрактного пізнання, що включає такі функції, як порівняння, абстрагування, утворення понять, судження, умовивід; протистоїть безпосереднім видам пізнання — чуттєвому та інтуїтивному; в *психології* — як раціональне, підпорядковане законам логіки мислення; протистоїть ірраціональним сферам психіки — емоціям, уявленню, волі тощо.

⁴ Тут, як і раніше (Тарасевич, 2017, с. 529—539), життєдіяльність розглядається як діалектична єдність діяльності й людської поведінки.

⁵ Сфера свідомості людини включає невербально-генетичну, чуттєво-емоційну і вербально-теоретичну складові, що взаємодіють (Тарасевич, 2017, с. 87—93).

ної економіки, інформаційно-мережевої економіки, інформаційно-цифрової економіки та ін. Визнаючи їх наукову і практичну цінність, слід звернути увагу на притаманні багатьом з них багатозначність, розмитість, повторюваність понять, коли одне й те саме поняття використовується для виразу різних реалій, а також схожість набору характерних ознак.

Взяти, наприклад, економіку знань. Серед її особливостей і ознак зазвичай називають такі: (1) структурне зрушення в бік сфери послуг; (2) домінування інформації і знань як економічних ресурсів, розширення складу економічних ролей і функцій знань (продукт, ресурс, знаряддя, засіб); (3) зростання наукомісткості товарів і послуг, а також частки наукомістких товарів у міжнародному обміні; (4) розширення кластера інтелектуальних робітників; (5) примноження віртуальних форм організації праці; (6) зростання трансакційних витрат; (7) збільшення частки інноваційної складової у виробництві товарів і послуг; (8) масштабне проникнення ІКТ у всі сфери діяльності. Як бачимо, практично всі вказані ознаки згадуються ще Д. Беллом як такі для постіндустріального суспільства. Ознаки (3), (4) і (7) притаманні поширеному баченню інноваційної економіки; ознаки (1), (2), (5) і (8) — інформаційної економіки. Навіть ознака (2) у наведеному формулюванні не може претендувати на роль такої, що притаманна виключно економіці знань, оскільки знання всюдисущі. Відома понятійна нестрогість є характерною і для визнаного в літературі широкого трактування економіки знань Ф. Махлупа⁶, оскільки проблема вибору і прийняття рішень у сучасних умовах невизначеності й неповної інформації є загальноекономічною. Більш адекватним шуканій самості економіки знань є обмеження останньої виключно виробництвом, придбанням, поширенням знань, а також компетенціями і здібностями персоналу до навчання (Forey, 2004). Однак залишається невиокремленим вихідний об'єкт економіки знань, не визначено достатньо точно термін «знання», тому процес формування відповідних понять не можна вважати завершеним. Узагалі ж фундаментальна економічна наука, яка відповідальна за визначення області достовірності та інтервалу істинності понять, вимагає попереднього нагромадження достатньої для цього критичної маси відповідних конкретно-економічних розробок.

Подібна гносеологічна ситуація складається й у вивченні смарт-економіки. На запровадження в науковий обіг прикметників «розумний», «інтелектуальний» стосовно економіки вплинули, з одного боку, внутрішня логіка осмислення постіндустріалізму і відома незавершеність розробки згаданих вище концепцій і/або теорій, а з іншого — новітні об'єктивні виклики економіки і суспільства, що інтенсивно змінюються, котрі поки не отримали адекватних наукових відповідей. У дискусії, що розгорнулася, порівняно повніше представлено такі групи поглядів та ідей.

⁶ У предмет економіки знань він включає не тільки аналіз інформаційного сектору, виробництва нових знань, механізму набуття і передання навичок та умінь, а й вивчення теоретичних проблем вибору і прийняття рішень в умовах невизначеності та неповної інформації (Forey, 2004, р. 2—3).

Якщо скористатися семантикою літературної пари «контекст — текст», то для *першої групи* поглядів характерним є сполучення гранично широкого контексту і повного тексту, що губиться на його фоні. Наприклад, у Леві та Вонга (Levy, Wong, 2014) смарт-економіка (текст) надійно «схована» в смарт-суспільстві, смарт-містах, смарт-будинках, смарт-зайнятості, смарт-координації, смарт-соціалізації (контекст), і на неї (смарт-економіку) неявно «натякають» тільки цифрові технології, мережі й підключені пристрої⁷. Вони лише нагадують, а не ідентифікують смарт-економіку. Її ж специфічний об'єктний склад залишається невизначеним, а тому й незрозумілим.

У *другій групі* поглядів визначений контекст формує текст і практично зливається з ним. Смарт-економіка (текст) розглядається як нова модель сучасної економіки, яка базується на інформації, інноваціях, захисті населення і оточуючого середовища (Урікова та ін., 2022) (контекст). Цілком очевидно, що кожний з елементів контексту має свою власну визначеність і, за волею вказаних авторів, делегує її іншому терміну. Але ж чи стає останній поняттям⁸ у результаті подібного механічного дійства? Навряд, бо точно не визначено ту особливу реальність, яка відповідає об'єднанню реальностей, що виражаються поняттями «інформація», «інновація», «соціальний захист населення», «захист оточуючого середовища», тобто елементами контексту. В такому випадку визначення поняття «смарт-економіка» шляхом простого об'єднання перелічених понять не є коректним і загрожує продукуванням симулякрів. Якщо ж таку особливу реальність (особливий об'єкт) буде виокремлено, то буде помилкою розглядати її як просту систему механічного типу, бо часи нині інші — новітня постнекласична наука має справу з надскладними людинорозмірними системами синергетичного типу, й подібна складність смарт-економіки опосередковано визнається тими диспутантами, котрі розглядають її як новий етап розвитку економіки, її новий системний рівень.

У *третьій групі* поглядів акцентуються будова, склад смарт-економіки. Наприклад, її складовими називають: (1) освічених робітників; (2) ефективну підприємницьку культуру; (3) розвинуту інфраструктуру з широким застосуванням новітніх технологій і мереж; (4) низькі витрати виробництва; (5) наслідування принципів «зеленої економіки»; (6) забезпечення соціального захисту населення; (7) розвиток людського капіталу, який стає фактором-драйвером (Северин-Мрачківська, 2021). Визнаючи слушність дослідження будови смарт-економіки, мабуть, не слід переоцінювати внесок наведених трактувань у її теоретичне розуміння. Справа не стільки в

⁷ «Коротко кажучи, ми визначаємо «розумне суспільство» як: «Суспільство, яке успішно використовує потенціал цифрових технологій і підключених пристроїв, а також використання цифрових мереж для покращення життя людей»» (Levy, Wong, 2014, p. 1).

⁸ Тут ми керуємося філософським і загальнонауковим трактуванням поняття як, перш за все, теоретичного, абстрактно-знанневого образу сутнісних властивостей і зв'язків реальних об'єктів.

різнопорядковості вказаних складових, їх відповідності різним класифікаційним ознакам (наприклад, ознаки (1) і (4), (1) і (2), (5) і (6)), скільки в їх (складових) переважній іманентності й економіці в широкому сенсі, та її окремим частинам, у тому числі знаннєвій, інформаційно-цифровій, інноваційній, «зеленій», соціально орієнтованій. На цьому фоні втрачаються ідентичність, базова специфіка смарт-економіки, ті об'єкти, які притаманні лише їй, а не якійсь іншій складовій економіки.

Більш логічним виглядає склад смарт-економіки, запропонований Дж. Брунекієне і Дж. Сінікієне: інноваційна і знаннєва економіка; економіка, що навчається; цифрова економіка; конкурентна економіка; «зелена» економіка; мережева економіка; соціально відповідальна економіка (Каленюк, Унінець, 2021). Логічним — у тому сенсі, що автори використовують однопорядкові поняття, загальним «знаменником» яких є економіка. Однак недостатньо конкретизований склад економіки, що навчається, соціально відповідальної економіки, знаннєвої економіки є серйозною перешкодою для строгого визначення тих її частин, які притаманні або не притаманні смарт-економіці, що не сприяє результативному пошуку її специфіки і кордонів. Це якраз той випадок, коли результатом взаємодії змістовно розмитих, невизначених понять не може стати поняття строго визначене. При множення ж кількості «м'яких», розтяжних понять суперечить етосу фундаментальної економічної науки і не наближає до істини.

Четверту групу поглядів утворюють варіанти бачення функціонального виміру смарт-економіки. Наприклад, вона розглядається як: (1) певний механізм створення економічної цінності в місті (Bruneckiene, 2014); (2) спосіб упорядкування економічних відносин, заснований на використанні сучасних розумних технологій, упровадженні принципів стійкості й соціальної відповідальності, а також підпорядкований цілям створення комфортних і безпечних умов життя (Каленюк, Унінець, 2021); (3) система взаємного узгодження інтересів і дій різних акторів на основі розумного управління, урахування цінностей стійкого розвитку й застосування новітніх ІКТ (Каленюк, Унінець, 2021). Зрозуміло, науковий образ будь-якої обраної для дослідження реальності, у тому числі смарт-економіки, не може бути повним без з'ясування її функціональних характеристик, перш за все виконуваних функцій. Однак необхідно враховувати, що «джентльменський набір» функціональності є переважно універсальним: способи, важелі, інструменти, механізми, регресії, кореляції тощо, а його (набору) результативність застосування визначається в першу чергу особливим змістом досліджуваної реальності та її вихідного, базового об'єкта й відповідного йому поняття. До того ж, функціональність сама по собі мало що значить поза живлячої і детермінуючої її причинності та субстанціональності.

У цьому сенсі симптоматичною є увага дискусантів до цільової причинності смарт-економіки (**п'ята група** поглядів). З одного боку, важко не погодитися з такими цілями смарт-економіки, як забезпечення економічного зростання; досягнення високої продуктивності праці; підготовка і

широка імплантація праці інтелектуальних робітників у виробництво нової продукції та послуг; формування інноваційної екосистеми; упровадження новітніх технологій і смарт-мереж у всі сектори економіки; створення й забезпечення продуктивного бізнес-середовища; забезпечення соціальної стабільності; розвиток «зеленої» економіки. З іншого боку, важко назвати ту частину (складову) економіки в широкому сенсі, перед якою зазначені цілі не стоять. Очевидно, цільова причинність смарт-економіки є доволі специфічною, і ця специфіка, урешті-решт, визначається її особливим змістом, який, у свою чергу, залежить від специфіки її вихідного об'єкта. Оскільки ж не викликає сумнівів методологічна продуктивність вчення Аристотеля про чотири причини (одна з них цільова — «те, заради чого»), остільки в комплексному вивченні смарт-економіки не слід ігнорувати й причини «те, з чого», «те, що» і «те, звідки».

Шосту групу (за порядком, але не за значущістю) утворюють ідеї прикладного характеру. Ідеться, перш за все, про конкретно-економічні дослідження й розробки вітчизняних і зарубіжних учених у галузях смарт-спеціалізації, смарт-розвитку, смарт-координації, смарт-соціалізації тощо. В Україні безумовне лідерство у вивченні економічної смарт-спеціалізації належить колективам учених Інституту економіки та прогнозування НАН України та Інституту економіки промисловості НАН України. Так, серед значущих науково-практичних досягнень учених Інституту економіки та прогнозування НАН України назовемо: визначення науково-методичних підвалин і змісту політики смарт-спеціалізації, у тому числі в результаті синтезу науково-технічної, інноваційної, регіональної і промислової політики; аналіз відповідності міжнародним стандартам критеріїв виокремлення напрямів смарт-спеціалізації та її найважливіших показників; теоретико-методичний інструментарій для оцінки рівня смарт-спеціалізації у різних секторах національної економіки, а також конкретні підходи до імплементації та моніторингу смарт-спеціалізації (Єгоров, 2020). На цьому достатньо переконливому фоні ще більш явним постає дефіцит фундаментальних теоретичних досліджень смарт-економічної проблематики⁹, її об'єктної складової. Цей дефіцит робить неминучим не опосередкований частковими і фундаментальною теоретичними моделями перехід від чуттєво-емоційних і емпірико-абстрактних побудов до прикладних моделей, що не сприяє імперативній теоретичній «навантаженості» останніх.

⁹ В Україні в цьому напрямі зроблено перші важливі кроки. Наприклад, смарт-спеціалізація осмислюється з позицій провідних напрямів і шкіл економічної думки, у тому числі класичної, шumpетеріанської, інституціональної, девелопменталістської (Вишневський та ін., 2023; Вишневський, 2022). Правда, поки що не акцентуються сутнісні, ноуменальні аспекти смарт-феноменів.

ВІД ЕМПІРИЧНОГО РІВНЯ ПІЗНАННЯ ДО ТЕОРЕТИЧНОГО

Наведені міркування про погляди на смарт-економіку не мають на меті поставити під сумнів їх певну наукову і практичну значущість, насамперед, відносно багатосторонньої, поліфокусної і плюралістичної характеристики її чуттєво-емоційного та емпірико-абстрактного вимірів, що цілком відповідає місії експертного знання і конкретної економічної науки. Завдяки зусиллям українських і зарубіжних учених та експертів значною мірою опановано емпіричний рівень наукового пізнання тієї складової економіки, яка іменована смарт-економікою, в основному пройдено ту частину шляху в сходженні від чуттєво-конкретного до абстрактного, яка необхідна для переходу до власне теоретичного рівня пізнання, пошуку базових понять (теоретичних абстрактних об'єктів) та їх взаємозв'язків, що виражають сутність смарт-економіки, а отже, і її специфіку, принципіальну відмінність від інших складових економіки в широкому сенсі.

Економісти-теоретики мають прийняти естафету і виконати свою частину спільної дослідницької роботи. Перш за все, необхідно за допомогою операцій абстрагування і мислених експериментів з використанням прийнятої у фундаментальній економічній науці системи понять визначити, виокремити з множини вже охарактеризованих економістами-«конкретниками» й експертами реальних економічних об'єктів той вихідний, **базовий об'єкт**, який утворює ядро, вихідну ідентичність новітньої складової економіки в широкому сенсі, що іменована смарт-економікою¹⁰. Не секрет, що на роль подібного базового об'єкта інноваційної економіки (точніше, інноваційної складової економіки в широкому сенсі) претендують інновація (інноваційний продукт) та інноваційна система, інформаційної економіки — інформація (інформаційний продукт) та інформаційна система, економіки знань — знання (знанневий продукт) і знаннева система, інформаційно-мережевої економіки — інформаційна мережа (інформаційно-мережевий продукт), цифрової — цифровий продукт і цифрова екосистема. Відповідно, методологічно коректним і виправданим є виокремлення в якості ядра смарт-промисловості кіберфізичних систем — взаємодіючих інтелектуальних мереж фізичних компонентів і обчислювальних алгоритмів (Вишневський, Князєв, 2017). Значний і перспективний теоретичний потенціал містить висунута А. Колотом (2024) концепція людино вимірного екосистемного розвитку.

¹⁰ В історії науки частими є випадки, коли в процесі або на фінальній стадії фундаментальних досліджень певної реальності спочатку надане їй ім'я власне поступалося місцем іншому імені, яке точніше виражало її виявлені сутність і специфіку. Саме це інше ім'я й отримувало статус поняття або теоретичного абстрактного об'єкта. Наприклад, такою є доля поняття «додаткова вартість», якому К. Маркс після багаторічних копітких досліджень віддав перевагу порівняно з більш конкретними і поверхневими поняттями «прибуток» і «підприємницький дохід».

Оскільки смарт-економіка є складнішою за смарт-промисловість і екосистему (хоча б тому, що промисловість і екосистема — частини економіки), остільки вичерпними можуть здатися погляди на смарт-економіку як складнішу реальність, яка включає в якості своїх компонентів раніше «народжену» «зелену», інноваційну, інформаційну, знанняву, інформаційно-мережеву, цифрову економічну реальність. Навіть якщо це так (що потребує додаткового обґрунтування), залишаються нез'ясованими глибинні причини такого включення, а також синергетичний ефект взаємодії вказаних компонентів. Але ж причини не витають, як боги Епікура, у міжсвітових просторах, а є продуктами активності цілком визначених об'єктів, перш за все, їх сутнісної частини. Синергетичний ефект також постає не інакше, як у вигляді об'єкта. Саме тому наведені погляди на смарт-економіку не виключають, а вимагають визначення її вихідного, базового об'єкта, його виокремлення з множини об'єктів економічної реальності, що стрімко змінюється.

Для такого виокремлення доречно й доцільно звернутися до об'єктивної еволюції економіки і відповідної їй сучасної кореволуції як контрарної єдності ведучої знанняво-інформаційно-цифрової або інтелектуальної революції й веденої новітньої промислової революції. Принципово важливим є акцент на їх об'єктивній інтелектуальній складовій, бо саме її первинне інтуїтивне відображення у свідомості вчених, експертів, бізнесменів, політиків сприяло введенню в науковий обіг терміна «смарт-економіка».

Як уже зазначалося (Тарасевич, 2021), основним змістом інтелектуальної революції є, по-перше, передання людиною особливій машині: а) деяких функцій не фізико-механічних сутнісних людських сил, що було характерним для Першої промислової революції, а інтелектуальних (у широкому сенсі) сутнісних людських сил¹¹; б) деяких операцій не фізико-механічної, а інтелектуальної, у тому числі пізнавальної, діяльності людини; по-друге, творіння необхідних для такого передання спеціальних сутнісних людських сил — знань, навичок, умінь, компетенцій; по-третє, виробництво здатних виконувати такі функції спеціальних машин (зрозуміло, таке виробництво є складовою і новітньої промислової революції). Уже завдяки виконанню зазначених функцій і операцій (найпростіших або найскладніших — у даному випадку це не так важливо) машина може бути умовно названа **функціонально-інтелектуальною**. У цьому сенсі не достатньо коректним є використання терміна «штучний інтелект» для іменування зазначеної машини¹². *Слід підкреслити, що тут ідеться не про люд-*

¹¹ Мається на увазі, наприклад, здатність до сприйняття кольорів, звуків, температурних режимів об'єктів, узагальнення, порівняння, моделювання об'єктів і процесів тощо.

¹² Оскільки функціонально-інтелектуальна машина є невід'ємною частиною створеної людиною штучної природи і виконує певні функції інтелектуальних сутнісних людських сил, остільки до неї, зазвичай, застосовується поняття «штучний інтелект». Утім, це поняття занадто метафоричне, багатозначне, неконкретне і науково недостатньо коректне (див. докладно: Тарасевич, 2022), щоб бути синонімом поняття «функціонально-інтелектуальна машина».

ський інтелект машини, який, на мій погляд, у неї відсутній за визначенням, хоча б тому, що вона не здатна самотійно й автономно, без участі людини продукувати творчий, вербально-теоретичний знаннєвий продукт і не є актором суспільних відносин, а про певні функції інтелектуальних сутнісних сил людини і операції людської інтелектуальної діяльності, які людина доручає виконувати машині.

Послідовно-паралельні етапи інтелектуальної революції характеризуються домінантною взаємною відповідністю рівня складності: 1) функціонально-інтелектуальних машин та їх систем; 2) необхідного для їх виробництва і функціонування науково-технічного й освітнього потенціалу у вигляді відповідних ідеальних і матеріалізованих знаннєво-інформаційних продуктів (ЗІП)¹³ як-то: патенти, ліцензії, авторські свідоцтва, професійні знання тощо; 3) інтелектуальних сутнісних людських сил, функції яких функціонально-інтелектуальні машини здатні виконувати. Зрозуміло, що функціонально-інтелектуальна машина дедалі більше олюднюється в тому сенсі, що людина опредметнює в ній свої дедалі складніші сутнісні сили, а також передає їй у виконання функції дедалі складніших сутнісних сил і дедалі складніші операції своєї інтелектуальної діяльності — від простих обчислювальних операцій до моделювання складних фізичних, біологічних, економічних, інших процесів і розв'язання прикладних задач. Таке ускладнення каталізує відповідне якісне вдосконалення функціонально-інтелектуальних машин, їх елементної бази, обладнання (так званих апаратних засобів) і техніко-технологічних процесів. У свою чергу, останнє «підказує» людині її подальші дії з машинізації функцій своїх інтелектуальних сутнісних сил і операцій інтелектуальної діяльності й подальшого навчання (і програмування) функціонально-інтелектуальних машин і тим функціям і операціям, які виходять за межі її (людини) сучасних можливостей.

Так, на *першому етапі* інтелектуальної революції для виконання простих обчислювальних операцій з числовими знаннєво-інформаційними продуктами була цілком прийнятною механічна обчислювальна машина — перший конкретно-історичний тип функціонально-інтелектуальної машини. Така механічна функціонально-інтелектуальна машина ввібрала в себе відомі досягнення перших двох техніко-економічних укладів. Але досить швидко навіть періодично вдосконалювана механічна елементна база робочого знаряддя такої машини виявила свої межі — складні обчислювальні операції вимагали набагато більших витрат або стали технічно неможливими — і змушена була піти в історію.

На *другому, електронно-цифровому, етапі* інтелектуальної революції, що почався в середині минулого століття і продовжується понині, роз-

¹³ Використання поняття «знаннєво-інформаційний продукт» замість поняття «інформаційний продукт» або «інформація» має на меті акцентувати знаннєвий зміст, знаннєву «завантаженість» інформації, без чого остання ризикує перетворитися на беззмістовні симулякри.

гортаються дуже знакові й значущі взаємопов'язані процеси. По-перше, перманентне ускладнення знаннево-інформаційних продуктів різних видів і операцій з ними, обмеженість механічної функціонально-інтелектуальної машини у виконанні останніх стали важливою передумовою створення, експансії і вдосконалення електронних обчислювальних машин — другого конкретно-історичного типу функціонально-інтелектуальних машин¹⁴. З часом до складу посильних для таких електронних функціонально-інтелектуальних машин операцій включаються не тільки обчислювальні зокрема і математичні взагалі, а також такі дії, як формування і зберігання величезних баз даних (множин знаннево-інформаційних продуктів), управління різними пристроями (за допомогою керуючої електронної функціонально-інтелектуальної машини), згадані моделювання, пошук і передання необхідних знаннево-інформаційних продуктів, розв'язання задач з нечітким алгоритмом. З появою Інтернету електронна функціонально-інтелектуальна машина з відповідним обладнанням і каналами зв'язку (наприклад, оптоволоконні кабелі) стає важливим засобом комунікації між людьми, ділового і особистого спілкування. Фактично, за своїм змістом, будовою і структурою, характером виконуваних операцій і виробленого продукту електронна функціонально-інтелектуальна машина стала не просто обчислювальною, а *електронною функціонально-інтелектуальною інформаційно-комунікаційною машиною* (третій конкретно-історичний тип функціонально-інтелектуальної машини) з широкими перспективами вдосконалення.

По-друге, людина випереджальними темпами нарощує свої теоретичні й прикладні знання, потрібні не тільки для ускладнення і передання електронній функціонально-інтелектуальній інформаційно-комунікаційній машині більш складних функцій і операцій, а й для створення і вдосконалення її самої, використання з цією метою революційних досягнень послідовно-паралельних техніко-економічних укладів¹⁵: III — спеціальні лампи як результат розвитку електротехнічної промисловості; IV — напівпровідники; V — мікроелектроніка, інтегральні схеми і мікропроцесори. На всіх позначених трьох стадіях електронно-цифрового етапу інтелектуальної революції функціонально-інтелектуальна машина залишається електронною, проте з'являються варіанти іншої елементної бази.

¹⁴ Функціонально-інтелектуальна машина дістає назву електронної обчислювальної машини (ЕОМ) саме тому, що, по-перше, електроніка утворює основу елементної бази всіх частин ЕОМ: рухового механізму і передавальних пристроїв (відповідно, блоку живлення і електричних ланцюгів); робочої машини (процесора, передусім арифметико-логічного або операційного пристрою); контрольно-керуючого пристрою (пристрою управління); блоку пам'яті; пристроїв введення і виведення; блоку інтерфейсу; по-друге, на перших порах у операціях, що здійснюються за її допомогою, переважають обчислювальні.

¹⁵ Ідеться про «ядерні» локальні промислові революції (у сукупності вони складають згадану новітню промислову революцію) та їх деякі основні результати, що передують і/або супроводжують розгортання техніко-економічних укладів.

По-третє, піонерною розробкою людини стає *знаннєво-інформаційний програмний продукт* (ЗІПП), що задає алгоритм та інші параметри роботи електронної функціонально-інтелектуальної інформаційно-комунікаційної машини і є позначенням певної системи знань про саму машину, потрібні операції та дії для розв'язання задач, а також вихідні й кінцеві (результатні) знаннєво-інформаційні продукти¹⁶. Разом з останніми знаннєво-інформаційний програмний продукт зберігається в блоці пам'яті, який, за визначенням, був відсутній у машини часів промислового перевороту.

По-четверте, відбувається певна спеціалізація електронних функціонально-інтелектуальних інформаційно-комунікаційних машин. Залежно від призначення і виду оброблюваних знаннєво-інформаційних продуктів створюються, вдосконалюються і конкурують аналогові, дискретно-цифрові й гібридні електронні функціонально-інтелектуальні інформаційно-комунікаційні машини, виникають і розвиваються їх складні системи, у яких домінують цифрові машини, що дістало відображення в назві другого етапу інтелектуальної революції.

З урахуванням глибини й темпів інноваційних процесів не виключено, що на *третьому етапі* інтелектуальної революції, що розпочався на початку ХХІ ст., на основі досягнень локальної промислової революції VI техніко-економічного укладу¹⁷ до вже створених нейронних електронних функціонально-інтелектуальних інформаційно-комунікаційних машин і функціонально-інтелектуальних машин на квантовій елементній базі будуть додані функціонально-інтелектуальні машини на біологічній, оптичній чи іншій елементній базі, з іншими системами числення, які стануть адекватнішими за своїх попередниць більш складним сутнісним людським силам, функції яких людина вирішить машинізувати.

З огляду на викладене, на перший погляд, очевидним є надання статусу вихідного, базового для смарт-економіки такому об'єкту, якому відповідає поняття «функціонально-інтелектуальна машина». У ньому виражено не тільки відомий техніко-економічний зміст — передання людиною функціонально-інтелектуальній машині та/або системі таких машин певних функцій власних інтелектуальних сутнісних сил і операцій своєї свідомої інтелектуальної діяльності, але й соціально-економічні відносини між суб'єктами з приводу їх (функціонально-інтелектуальних машин і систем таких машин) виробництва, розподілу, обміну й споживання, у тому числі продуктивного. Відповідно, ядро смарт-економіки може бути представлене сукупністю або системою функціонально-інтелектуальних машин та їх

¹⁶ У функціональному відношенні знаннєво-інформаційний програмний продукт або комп'ютерна програма являє собою певний сплав знаннєво-інформаційних продуктів та інструкцій (протоколів) чи алгоритмів узгодженої дії основних блоків електронної функціонально-інтелектуальної інформаційно-комунікаційної машини (передусім процесора), спрямованої на вирішення конкретної задачі (задач).

¹⁷ Насамперед, ідеться про створення знарядь, техніки і технологій впливу на нанорівень, тобто молекулярний і атомарний рівні речовини й поля.

систем. Такий підхід у цілому відповідає традиційному для фундаментальної економічної науки з індустріальних часів утворенню понять, коли в техніко-економічному змісті поняття «людина» мається на увазі, але не акцентується, хоча в загальнотеоретичному плані людина визнається головною продуктивною силою.

Тут цю традицію доречно доповнити, «інноватизувати», і не тільки тому, що в повному сенсі інтелектуальною є виключно людина розумна¹⁸, і затушовування цього факту принижує людську гідність і фетишизує машину з відповідними економіко-політичними асоціальними наслідками. Передаючи машині функції власних дедалі складніших сутнісних сил і дедалі складніші операції своєї інтелектуальної діяльності, людина продовжує визначати її долю, створювати і привласнювати її, продуктивно й особисто споживати. Зрозуміло, у конкуренції з машиною людина вимушена інтенсифікувати свій саморозвиток, який стає дедалі менш можливим поза вільної гри її сутнісних сил (за К. Марксом). Функціонально-інтелектуальна машина не тільки загрожує існуванню людини, але й сприяє перетворенню людини на самоціль. У суперечливій єдності людини і створеної нею штучної природи приховано таємницю сучасного й майбутнього людського суспільства.

Отже, цілком доречно дещо ускладнити теоретичне розуміння вихідного, базового об'єкта смарт-економіки і визнати адекватною йому (об'єкту) категорію¹⁹ «людино-машинна інтелектуальна система», у котрій виражається і а) техніко-економічний вимір об'єкта — людино-машинна інтелектуальна система як суперечлива актор-об'єктна²⁰ єдність людини — ведучого актора з відповідними інтелектуальними сутнісними силами (знання у вигляді привласнених знаннево-інформаційних продуктів, навички, уміння, компетенції тощо) і керованої, веденої людиною, функціонально-інтелектуальної машини, і б) соціально-економічні відносини між акторами з приводу виробництва (у широкому сенсі) й привласнення реальної людино-машинної інтелектуальної системи або складної системи таких систем і результатів їх функціонування. Головним результатом функціонування такої системи є інтелектуальний або, у категоріях статті, знаннево-інформаційний продукт у різних видах — ідея, концепція, теорія, сигнал, дані, звістка, повідомлення, відомості, схема, модель тощо, які (види продукту) можуть юридично легітимізуватись у авторських свідоцтвах, ліцензіях, патентах та інших об'єктах інтелектуальної власності й у такому вигляді ставати товаром. Переконливими прикладами реальних лю-

¹⁸ Про потенції і обмеження штучного інтелекту як машини див. докладніше (Тарасевич, 2022).

¹⁹ Тут термін «категорія» позначає гранично загальне, системне поняття, що виражає в тому числі й становлення об'єкта.

²⁰ Актор-об'єктне відношення передбачає активний вплив людини як суб'єкта не тільки на функціонально-інтелектуальну машину, але й на саму себе, а також людино-машинну інтелектуальну систему як об'єкт.

дино-машинних інтелектуальних систем є керовані науковцями і професіоналами Великий електронний колайдер, автоматична обсерваторія — телескоп «Габбл», штучні супутники Землі, роботизовано-автоматизовані лінії виробництва автомобілів, безпілотні апарати тощо.

Слід підкреслити, що в запропонованій абстрактній категорії у згорнутому вигляді сконцентроване багатство змісту, еволюції, форм, механізмів та інших атрибутів і смарт-економіки, і її базового об'єкта. Кожний з них (атрибутів) заслуговує на спеціальне дослідження, яке, тим не менше, має бути «налаштоване за камертоном» вказаної категорії²¹. З огляду на формат статті, далі обмежимося теоретичними і деякими прикладними міркуваннями про *техніко-економічну будову* сучасної смарт-економіки як особливої складової економіки в широкому сенсі або суспільного виробництва.

У найзагальнішому, абстрактному вигляді ядро смарт-економіки представлено сукупністю або складною системою людино-машинних інтелектуальних систем. Зрозуміло, що людино-машинна інтелектуальна система, перш ніж стати об'єктивною реальністю, має бути вироблена. При цьому від самого початку в зону безпосередньої дослідницької уваги повинно потрапити не стільки традиційне матеріальне виробництво, скільки *повний цикл виробництва* людино-машинної інтелектуальної системи. Розглянемо цей пункт уважніше з огляду на раніше запропоновану концепцію повного циклу створення *майбутнього реального об'єкта* (МРО) (Тарасевич, 2023). Ураховуючи новітні техніко-економічні реалії, доречно як приклад такого майбутнього реального об'єкта взяти квантовий комп'ютер або, у категоріях статті, квантову функціонально-інтелектуальну машину. На рис. 1 представлено принципову схему зазначеного циклу, що складається з чотирьох фаз.

У фазі (1) з множини реальних об'єктів виокремлюється саме той наявний реальний об'єкт (НРО), який потребує поглибленого вивчення. У нашому прикладі таким об'єктом доцільно вважати попередницю кван-

²¹ Наприклад, у історичному контексті, з урахуванням запропонованого розуміння функціонально-інтелектуальної машини і людино-машинної інтелектуальної системи, початок народження смарт-економіки як реальності можна датувати часом появи механічної обчислювальної машини — арифмометра або механічної функціонально-інтелектуальної машини як першого конкретно-історичного типу функціонально-інтелектуальної машини взагалі. Наступні етапи генезису, еволюції смарт-економіки доцільно пов'язувати в тому числі зі створенням і вдосконаленням інших конкретних типів функціонально-інтелектуальної машини — електронної функціонально-інтелектуальної машини, електронної функціонально-інтелектуальної інформаційно-комунікаційної машини, нейронної електронної функціонально-інтелектуальної інформаційно-комунікаційної машини, квантової функціонально-інтелектуальної машини. Зазначеним етапам відповідають й адекватні етапи еволюції людино-машинних інтелектуальних систем, а саме: людино-машинна механічна інтелектуальна система, людино-машинна електронна інтелектуальна система, людино-машинна електронна інформаційно-комунікаційна інтелектуальна система, людино-машинна нейронна електронна інформаційно-комунікаційна інтелектуальна система, людино-машинна квантова інтелектуальна система.

тової функціонально-інтелектуальної машини — нейронну електронну функціонально-інтелектуальну інформаційно-комунікаційну машину. У фазі (2) у нейронній машині мислено акцентуються, виокремлюються ті елементи й властивості, які є затребуваними для створення квантової машини. Отриманий у результаті такого осмислення суб'єктивний (ідеальний) образ зазначених елементів і властивостей нейронної машини як наявного реального об'єкта (СОНРО) використовується у фазі (3) для створення шляхом фундаментальних і прикладних наукових досліджень суб'єктивного образа — проекту, моделі квантової машини як майбутнього реального об'єкта (СОМРО). Саме на основі такого проекту або моделі у фазі (4) виробляється реальна квантова функціонально-інтелектуальна машина як принципово новий, майбутній реальний об'єкт (МРО). Кожна наведена фаза включає виробництво, розподіл, обмін і споживання відповідних їй атрибутів (робітники, засоби і умови виробництва, техніка, технології тощо) і кінцевого продукту.

З огляду на це, доречно представити в першому наближенні повний цикл створення (виробництва) людино-машинної інтелектуальної системи, наприклад, керованого космічним центром штучного супутника Землі (умовно назвемо цю систему «центр-супутник»). Зазначений повний цикл включає дві взаємопов'язані й комплементарні складові: I. Цикл підготовки акторів (спеціалістів різних професій) — носіїв сутнісних людських сил (знання, компетенції, уміння, навички тощо), необхідних для роботи людино-машинної інтелектуальної системи «центр-супутник» у цілому й самого супутника як функціонально-інтелектуальної машини зокрема; II. Цикл виробництва функціонально-інтелектуальної машини «супутник».

Основним змістом фаз циклу I є: 1) первинний відбір акторів і потенціалу сутнісних людських сил, перспективних для створення вказаної людино-машинної інтелектуальної системи «центр-супутник»; 2) наукове вивчення і формування їх (акторів і потенціалу сутнісних людських сил) адекватного знаннево-інформаційного образу. Ідеться про своєрідну інвентаризацію наявних знань, умінь, навичок тощо зазначених акторів; 3) визначення на основі спеціальних досліджень повного складу сутнісних людських сил, імперативно необхідного для ефективного функціонування зазначеної людино-машинної інтелектуальної системи «центр-супутник», у тому числі й тих нових знань, навичок, умінь, якими згадані актори не володіють; 4) засвоєння акторами, покликаними стати головною продуктивною силою людино-машинної інтелектуальної системи «центр-супутник», цих нових знань, навичок, умінь у процесі навчання і спеціальної підготовки. Очевидно, що завдання циклу I можуть бути вирішені в межах відповідних галузей і видів діяльності науково-освітньої сфери суспільного виробництва.

Протягом циклу II реалізуються такі фази: 1) відбір тих наявних і перспективних для виробництва функціонально-інтелектуальної машини супутника атрибутів-об'єктів (машин, механізмів, апаратних пристроїв, програмного забезпечення тощо); 2) їх ретельне вивчення і формування на

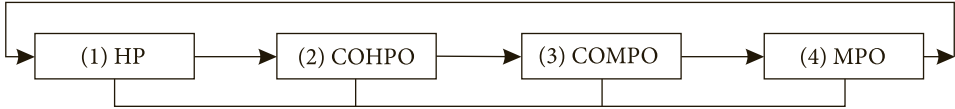


Рис. 1. Схема повного циклу створення майбутнього реального об'єкта (квантового комп'ютера)

Джерело: побудовано автором.

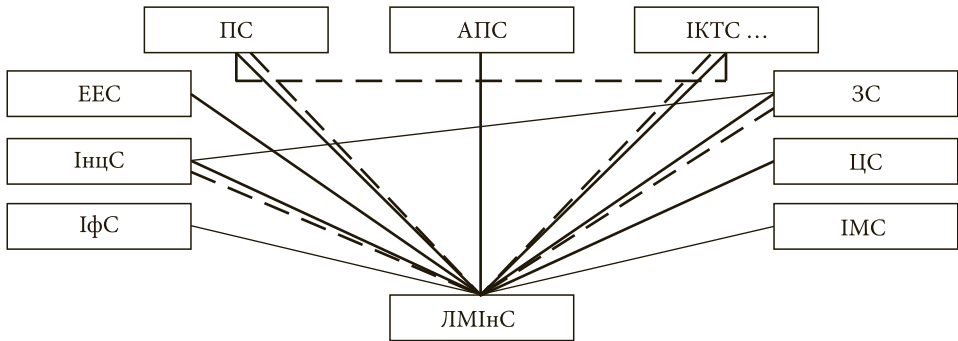


Рис. 2. Смарт-економіка III роду (фрагмент). С — система; ПС — промислова; АПС — агропромислова; ІКТС — інформаційно-комунікаційних технологій; ... — інші системи; ЕЕС — еколого-економічна; ІнцС — інноваційна; ІфС — інформаційна; 3С — знаннєва; ЦС — цифрова; ІМС — інформаційно-мережева; ЛМІНС — людино-машинна інтелектуальна.

Джерело: побудовано автором.

основі цього їх знаннєво-інформаційного образу, в якому акцентуються ті їх властивості, якісні й кількісні характеристики, які є імперативними для виробництва супутника; 3) їх (характеристик) використання в якості необхідного матеріалу для спеціальних наукових і прикладних досліджень, результатом яких мають стати проєкт, модель супутника як нової, майбутньої функціонально-інтелектуальної машини; 4) її реальне виробництво як готового матеріального продукту (дослідно-конструкторські розробки, одиничне і/або серійне виробництво). Очевидно, що цикл II може бути реалізований у межах відповідних галузей і видів діяльності науково-виробничої сфери суспільного виробництва.

Навіть без розгляду взаємозв'язків різних фаз двох циклів і незалежно від того, чи використовуються в цих фазах «старі» людино-машинні інтелектуальні системи або ні, доречно констатувати, що повний цикл виробництва нової людино-машинної інтелектуальної системи (у нашому прикладі — системи «центр-супутник») являє собою важливу частину смарт-економіки з умовною назвою **«смарт-економіка I роду»**.

Безпосереднє призначення людино-машинної інтелектуальної системи — виробництво нового інтелектуального або знаннєво-інформаційного продукту в різних виглядах (ідеї, гіпотези, теорії, сигнали, дані, звістки, повідомлення, відомості, схеми, моделі тощо, котрі, як зазначалось,

будучи об'єктами інтелектуальної власності, можуть ставати товарами). Прикладом такого продукту може бути науково-технічна модель нового штучного супутника Землі. У фазі 1 повного циклу створення цієї моделі відбираються необхідні наявні моделі, схеми, елементи реально існуючих літальних апаратів, які у фазі 2 слугують матеріалом для вивчення й формування «портфеля» тих їх елементів, що можуть бути використані у фазі 3 для формування шуканої ідеальної моделі нового супутника. У фазі 4 вона матеріалізується, зокрема, розміщується на тому чи іншому матеріальному носії.

Множина повних циклів виробництва різних знаннево-інформаційних продуктів за допомогою людино-машинних інтелектуальних систем або складної системи таких систем являє собою **«смарт-економіку II роду»**.

У сучасних умовах людино-машинні інтелектуальні системи імперативно використовуються в багатьох галузях і видах діяльності — промисловості, сільському господарстві, будівництві, на транспорті й у інфраструктурі, зв'язку, ІКТ, банківській справі та фінансах, державному управлінні, науці, освіті, культурі, спорті, фізичній культурі тощо — для виробництва відповідних видів продукції. У повних циклах такого виробництва людино-машинні інтелектуальні системи взаємопов'язані й взаємодіють з відповідними традиційними системами — промисловими, агропромисловими, транспортними, будівельними і т. д., а також інноваційними, інформаційними, знанневими, мережевими, цифровими, еколого-економічними та ін. (на рис. 2 ці зв'язки позначено тонкою суцільною лінією), утворюючи множину похідних, більш складних і конкретних систем і суперсистем, наприклад: «людино-машинна інтелектуальна система (ЛМІНС) — інноваційна система (ІнцС) — знаннева система (ЗС)», «людино-машинна інтелектуальна система (ЛМІНС) — промислова система (ПС) — система інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТС)» (на рис. 2 відповідні зв'язки позначено пунктиром). Множина зазначених похідних складних систем утворює **«смарт-економіку III роду»**.

Отже, на рівні загально-конкретного смарт-економіка в цілому або в широкому сенсі являє собою єдність взаємопов'язаних ядра і адекватних йому складових I, II, III родів, а також синергетичний ефект їх взаємодії — **«смарт-економіку IV роду»**, визначення якої потребує спеціальних досліджень²².

Іншими словами, *смарт-економіку доречно розглядати як надскладну систему, утворену множиною людино-машинних інтелектуальних систем, що завдяки людині функціонують, самоорганізуються і саморозвиваються майже в усіх галузях і видах діяльності економіки в широкому сенсі. Соціально-економічний вимір смарт-економіки представлений відносинами між акторами з приводу виробництва, розподілу, обміну, споживання і привлас-*

²² Також потрібні додаткові дослідження кордонів смарт-економіки і людино-машинної інтелектуальної системи, визначення яких залежить у тому числі від взятого за основу розуміння інтелекту, його вузького або широкого трактування.

нення зазначених систем і результатів їх функціонування. Зрозуміло, що характеристика цього виміру потребує додаткової дослідницької уваги.

Таким чином, маючи справу лише з поверхнею економічного життя, у видимому багатстві чуттєво-конкретного, хаосі взаємних зв'язків і проникнень економічних явищ, феноменів і повсякденних процесів важко визначити чіткі кордони і згаданих систем (див. рис. 2), і смарт-економіки. Тому цілком зрозумілими й виправданими є її розширювальні трактування, характеристика її окремих складових і якісних ознак. Подібні трактування є цілком прийнятними, навіть необхідними, але вони не можуть претендувати на повноту без урахування ідентифікації змісту смарт-економіки, перш за все її вихідного, базового об'єкта.

ВИСНОВКИ

У процесі спроби перейти від чуттєво-конкретних форм смарт-економіки до її абстрактної сутності й далі, до її загально-конкретного образу, окреслено контури руху пізнання смарт-економіки від його емпіричного рівня до абстрактно-теоретичного і далі, до теоретико-прикладного. На абстрактно-теоретичному рівні вихідним, базовим об'єктом смарт-економіки визначено людино-машинні інтелектуальні системи з вирішальною роллю людини як головної продуктивної сили інтелектуальних або знаннево-інформаційних продуктів, які в ринкових умовах набувають конкретних форм об'єктів інтелектуальної власності й, зазвичай, стають товарами. На загально-конкретному рівні пізнання смарт-економіку в цілому або в широкому сенсі представлено єдністю взаємопов'язаних ядра (вихідного об'єкта) й адекватних йому складових I, II, III і IV родів. У цьому зв'язку відкриваються перспективи збагаченого теорією прикладного дослідження конкретних форм і видів смарт-економічної діяльності, змісту взаємозв'язків смарт-економіки з іншими складовими економіки як суспільного виробництва, її (смарт-економіки) соціально-економічного, організаційно-економічного та інституціонального вимірів.

Автор висловлює вдячність учасникам дискусії з проблематики смарт-економіки на конференції Відділення економіки НАН України 11 квітня 2024 р. за ідеї і міркування, які каталізували дослідження й підготовку статті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- Doran, G. (1981). There's a S.M.A.R.T. way to write management's goals and objectives. *Management Review*. Vol. 70. No. 11. P. 35—36. URL: <https://community.mis.temple.edu/mis0855002fall2015/files/2015/10/S.M.A.R.T-Way-Management-Review.pdf>
- Брич, В., Пуцентейло, П., Костецький, Я., Гунько, С. (2022). Смарт-спеціалізація як драйвер системи інноваційного регіонального розвитку. *Інноваційна економіка*. 1(90). 141-151. <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2022.1.19>
- Тарасевич, В. (2017). Фундаментальная экономическая наука: универсальность содержания и развития. Моногр. Днепр, ЧМП «Економіка». 1022 с.

- Forey, D. (2004). *Economics of Knowledge*. L. The MIT Press. 129 p. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=aEMHzEUJQZQC&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false>
- Levy, Ch., Wong, D. (2014). *Towards a smart society*. Lancaster, Big Innovation Centre. 31 p. URL: https://biginnovationcentre.com/wp-content/uploads/2023/05/BIC_TOWARDS-A-SMART-SOCIETY_03.06.2014.pdf
- Урікова, О., Воробій, Х., Косик, В. (2022). Смарт-економіка та перспективи її розвитку. *Наукові перспективи*. 11(29). 267-278. [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-11\(29\)-267-278](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-11(29)-267-278)
- Северин-Мрачковська, Л. (2021). Концепція смарт-економіки в економіко-філософському дискурсі. У: *Міждисциплінарний дискурс у дослідженні феномену соціального*. Кол. моногр. Київ, КНЕУ. 258 с. С. 87—96. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/items/b53a5bf9-d8ae-49e0-9f29-8c952f4ab9b5>
- Каленюк, І., Унінець, І. (2021). Екосистема смарт-економіки в глобальному середовищі. *Стратегія економічного розвитку України*. 49. 5-16. <https://doi.org/10.33111/sedu.2021/49/005/020>
- Bruneckiene, J. (2014). The concept of smart economy under the context of creation the economic value in the city. *Public Policy and Administration*. 13(3). 469-482. <https://doi.org/10.5755/j01.ppa.13.3.8301>
- Егоров, І. (Ред.) (2020). Формування «розумної спеціалізації» в економіці України. Кол. моногр. НАН України; ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України». Київ. 278 с. URL: <http://ief.org.ua/docs/mg/331.pdf>
- Вишневський, О., Рабошук, С., Лісовець, І., Гончаренко, М. (2023). Напрями вдосконалення стратегування смарт-спеціалізації регіонів України з позицій шumpетеріанства, інституціоналізму та девелопменталізму. *Економіка промисловості*. 1(101). 40-50. <https://doi.org/10.15407/econindustry2023.01.040>
- Вишневський, О. (2022). Смарт-спеціалізація з позицій провідних шкіл економічної теорії. *Вісник економічної науки України*. 1(42). 3-8. [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2022.1\(42\).3-8](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2022.1(42).3-8)
- Вишневський, В., Князев, С. (2017). Смарт-промисловість: перспективи і проблеми. *Економіка України*. 60. 7(668). 22-37. URL: http://economyukr.org.ua/?page_id=723&lang=uk&aid=210
- Колот, А. (2024). Екосистемність як імператив стійкого людино-вимірного розвитку: препринт. Київ, КНЕУ. 52 с.
- Тарасевич, В. (2021). Сучасна кореволуція: діяльнісний зміст і діалектика пізнавальних та когнітивних систем. *Економіка України*. 64. 10 (719). 3-18. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2021.10.003>
- Тарасевич, В. (2022). Сучасна кореволуція: машинізована людина і/або олюднена машина. *Економіка України*. 65. 2 (723). 20-36. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.02.020>
- Тарасевич, В. (2023). Знаннєво-інформаційні ноумени і феномени в економіці. Дніпро, ПБП «Економіка». 224 с.

Надійшла 20.05.2024

Прорецензована 18.06.2024

Доопрацьована 18.07.2024

Підписана до друку 02.08.2024

REFERENCES

- Doran, G. (1981). There's a S.M.A.R.T. way to write management's goals and objectives. *Management Review*. Vol. 70. No. 11. P. 35-36. URL: <https://community.mis.temple.edu/mis0855002fall2015/files/2015/10/S.M.A.R.T-Way-Management-Review.pdf>
- Brych, V., Putsenteilo, P., Kostetskyi, Ya., Hunko, S. (2022). Smart specialization as a driver of the innovative regional development system. *Innovative economy*. 1(90). 141-151. <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2022.1.19> [in Ukrainian].
- Tarasevich, V. (2017). Fundamental economic science: the universeness of content and development. Dnepr. 1022 p. [in Russian].
- Forey, D. (2004). Economics of Knowledge. The MIT Press. 129 p. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=aEMHzEUJQZQC&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false>
- Levy, Ch., Wong, D. (2014). Towards a smart society. Lancaster, Big Innovation Centre. 31 p. URL: https://biginnovationcentre.com/wp-content/uploads/2023/05/BIC_TOWARDS-A-SMART-SOCIETY_03.06.2014.pdf
- Urikova, O., Vorobiy, Kh., Kosyk, V. (2022). Smart economy and its development prospects. *Scientific Perspectives*. 11(29). 267-278. [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-11\(29\)-267-278](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-11(29)-267-278) [in Ukrainian].
- Severyn-Mrachkovska, L. (2021). The concept of smart economy in economic and philosophical discourse. In: Interdisciplinary discourse in studying the phenomenon of the social. Kyiv. 258 p. P. 87-96. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/items/b53a5bf9-d8ae-49e0-9f29-8c952f4ab9b5> [in Ukrainian].
- Kalenyuk, I., Uninets, I. (2021). Smart economy ecosystem in a global environment. *Strategy of economic development of Ukraine*. 49. 5-16. <https://doi.org/10.33111/sedu.2021.49.005.020> [in Ukrainian].
- Bruneckiene, J. (2014). The concept of smart economy under the context of creation the economic value in the city. *Public Policy and Administration*. 13(3). 469-482. <https://doi.org/10.5755/j01.ppa.13.3.8301>
- Yehorov, I. (Ed.) (2020). The formation of "smart specialization" in the economy of Ukraine. Kyiv. 278 p. URL: <http://ief.org.ua/docs/mg/331.pdf> [in Ukrainian].
- Vyshnevskyi, O., Raboshuk, S., Lisovets, I., Honcharenko, M. (2023). Directions for improving smart-specialization strategy of the regions of Ukraine from the positions of schumpertianity, institutionalism, and developmentalism. *Economy of Industry*. 1(101). 40-50. <http://doi.org/10.15407/econindustry2023.01.040> [in Ukrainian].
- Vyshnevskyi, O. (2022). Smart Specializations from the Standpoint of Leading Schools of Economic Theory. *Herald of the Economic Sciences of Ukraine*. 1(42). 3-8. [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2022.1\(42\).3-8](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2022.1(42).3-8) [in Ukrainian].
- Vyshnevskyi, V., Knyazev, S. (2017). Smart industry: prospects and challenges. *Economy of Ukraine*. 60. 7(668). 22-37. URL: http://economyukr.org.ua/?page_id=723&lang=uk&aid=210 [in Ukrainian].
- Kolot, A. (2024). Ecosystemism as an imperative for resilient human-dimension development. Kyiv. 52 p. [in Ukrainian].
- Tarasevych, V. (2021). Modern co-revolution: activity content and dialectics of informative and cognitive systems. *Economy of Ukraine*. 64. 10 (719). 3-18. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2021.10.003> [in Ukrainian].
- Tarasevych, V. (2022). Modern co-revolution: a mechanized man and/or a humanized machine. *Economy of Ukraine*. 65. 2 (723). 20-36. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.02.020> [in Ukrainian].

Tarasevych, V. (2023). Knowledge-information noumena and phenomena in the economy. Dnipro. 224 p. [in Ukrainian].

Received on May 20, 2024

Reviewed on June 18, 2024

Revised on July 18, 2024

Signed for printing on August 2, 2024

Viktor Tarasevych, Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
Corresponding Member of the NAS of Ukraine,
Head of the Department of International Economics
and Social-humanitarian Disciplines
Ukrainian State University of Science and Technologies
2, Lazaryana St., Dnipro, 49010, Ukraine

TOWARD THEORETICAL UNDERSTANDING OF SMART ECONOMY

The levels of understanding smart economy as a reality are considered — empirical, abstract-theoretical, theoretical-applied. Within the empirical level, an acronym SMART, the views on knowledge economy, on smart economy as a part of smart society and a new model of economy based on information, innovation, protection of population and environment, as well as on its composition, functional dimension, target causality, certain applied aspects are characterized.

It is recognized that the main content of the modern knowledge-information-digital or intellectual revolution is the transfer of the functions of intellectual (in a broad sense) essential human forces to a special machine, as well as the creation of the essential forces necessary for this. The stages of this revolution are distinguished: mechanical, electronic-digital, neural, quantum. At the abstract-theoretical level, the initial, basic object, the essential core of the smart economy is defined as the human-machine intelligent system being the unity of a human actor and a human-controlled functional intelligent machine, with a decisive role of human as the main productive force behind knowledge-information or intellectual products, which in market conditions acquire specific forms of intellectual property objects and, usually, become goods. At the general-specific level of understanding, the smart economy as a whole or in a broad sense represents the unity of core (initial object) and interconnected therewith and adequate thereto components of I, II, III, and IV type, which function in almost all areas and types of economic activity in a broad sense. “Type I smart economy” is represented by the full production cycle of human-machine intelligent systems; “type II smart economy” — by a full cycle of producing knowledge-information products by means of such systems; “type III smart economy” — by the use of human-machine intelligent systems in various areas and types of activity for the full production cycle of various products; “type IV smart economy” — by a synergistic effect of the interaction between the core of the smart economy and its three types. In view of the above, the prospects open up for applied research into specific forms and types of smart economic activity, the content of the interrelationships between smart economy and other components of the economy as a social production, smart economy’s socio-economic, organizational-economic, and institutional dimensions.

Keywords: *smart economy; level of understanding; smart society; co-revolution; intellectual revolution; functional intelligent machine and its types; human-machine intelligent system; smart economy of I, II, III, and IV type; integral smart economy; set of human-machine intelligent systems.*

РЕДАКЦІЙНА ПОЛІТИКА ТА ЕТИКА

Доступ до змісту журналу. Журнал «Економіка України» розповсюджується за передплатою друкованого або електронного варіанта. Відкритий доступ до повних версій статей журналу є на сайті журналу і на сайті Національної бібліотеки імені Вернадського відразу після їх розміщення.

Принципи. Редакційна політика журналу заснована на принципах об'єктивності та неупередженості при відборі статей з метою їх публікації; високих вимог до якості наукових досліджень; обов'язковості та конфіденційності рецензування статей; додержання колегіальності при ухваленні рішень щодо публікації статей; доступності та оперативності у спілкуванні з авторами; суворого дотримання авторських і суміжних прав (з укладанням з кожним автором (співавтором) Ліцензійного договору на використання твору).

Запобігання протизаконним публікаціям є відповідальністю кожного автора, редактора, рецензента, видавця, організації.

Етика публікацій. Редакційна колегія журналу вимагає від авторів наслідувати формальним та етичним правилам підготовки і публікації наукових робіт, що вони подають до редакції. Ці норми зумовлено стандартами якості наукових статей, прийнятими у світовому науковому співтоваристві, зокрема публікаційними принципами Publishing Ethics Resource Kit (PERK), рекомендаціями Elsevier, Комітету з етики публікацій (Committee on Publication Ethics, COPE), етичним кодексом вченого України, а також досвідом роботи іноземних та українських професіональних спільнот, наукових організацій, редколегій та редакцій видань.

Етичні зобов'язання редакційної колегії журналу

1. Редакційна колегія несе відповідальність за рівень наукового наповнення журналу.
2. Всі наукові матеріали проходять ретельний відбір через подвійне «сліпе» рецензування. Редакційна колегія залишає за собою право відхилити статтю або повернути її на доопрацювання. Автор зобов'язаний доопрацювати статтю відповідно до зауважень рецензентів.
3. Редакційна колегія оцінює рукописи щодо їх наукового змісту без будь-яких расових, гендерних, сексуальних, релігійних, етнічних або політичних упереджень. Вона виносить об'єктивні рішення, які не залежать від комерційних або інших інтересів, і забезпечує чесний процес рецензування.
4. Редакційна колегія може відхилити рукопис без рецензування, якщо вважає, що він не відповідає профілю або в тексті виявлено плагіат.
5. Редакційна колегія виступає проти фальсифікації, плагіату, направлення автором одного рукопису до кількох журналів, багаторазового копіювання тексту статті в різних місцях, введення громадськості в оману щодо реального внеску автора в опубліковану наукову роботу.
6. Редакційна колегія має право вилучити вже опубліковану статтю в разі виявлення порушення будь-яких прав або загальноприйнятих норм наукової етики. Про даний факт вилучення статті редакція повідомляє як автору статті, так і організації, де було виконано дослідження.
7. Співробітники редакції не надають іншим особам інформації, пов'язаної із змістом рукописів, що перебувають на розгляді, крім осіб, які беруть участь у її фаховій оцінці.
8. Згідно з міжнародним законодавством щодо додержання авторського права на електронні інформаційні ресурси, матеріали сайту не можуть бути відтворені повністю або частково в будь-якій формі (електронній чи друкованій) без попередньої письмової згоди редакції журналу. При використанні опублікованих матеріалів у контексті інших документів обов'язково необхідними є посилання на першоджерело.
9. Редактори, автори і рецензенти повинні повідомляти про свої інтереси, які можуть вплинути на їх об'єктивність при редагуванні та рецензуванні матеріалів статей (випадок конфлікту інтересів). Такими можуть бути інтереси інтелектуального плану, фінансові, персональні, політичні, релігійні.

Етичні зобов'язання автора

1. Автор несе повну відповідальність за зміст статті і сам факт її публікації.
2. Автор повинен цитувати ті публікації, які мали визначальний вплив на суть викладеного у статті. Необхідно також належним чином вказувати джерела принципово важливих матеріалів, використаних у даній роботі, якщо вони не були отримані самим автором.
3. Є недопустимими плагіат як оригінальна робота і подання до публікації раніше надрукованої статті. У випадку виявлення зазначених фактів відповідальність несе автор.
4. Співавторами статті мають бути всі ті особи, які зробили вагомий науковий внесок у подану роботу і поділяють відповідальність за отримані результати. Автор, який подає рукопис до публікації, відповідає за те, щоб до списку співавторів були включені тільки ті особи, які відповідають критерію авторства, і бере на себе відповідальність за згоду інших авторів статті на її публікацію в журналі.

EDITORIAL POLICY AND ETHICS

Access to the contents of the journal. The journal «Economy of Ukraine» is circulated by the subscription of a printed or electronic version. The open access to the full versions of articles are on the journal's site and on the site of the Vernadsky National Library of Ukraine immediately after their posting.

Principles. The editorial policy of the journal is based on the principles of objectivity and impartiality at the selection of manuscripts with the purpose of their publication; high exactions to the quality of scientific studies; obligation and confidentiality of the reviewing of manuscripts; compliance of the collectivity in the decision making concerning the publication of manuscripts; accessibility and immediacy of the communication with the authors; strict compliance of author's and related rights (with the conclusion of the License agreement for the use of the work with each author (coauthor)).

The prevention of illegal publications is the responsibility of each author, editor, reviewer, publisher, and organization.

Ethics of publications. The Editorial Board of the journal demands that the authors keep the appropriate level of formal and ethical rules in the preparation and the publication of scientific works submitted to the Editorial Board of the journal. These norms are determined by the quality standards for scientific articles accepted in the world scientific community, in particular, by the publication principles of the Publishing Ethics Resource Kit (PERK), recommendations of the academic publishing house Elsevier, Committee on Publication Ethics (COPE), the ethic code of Ukraine's scientists, and the work experience of foreign and Ukrainian professional communities, scientific institutions, editorial boards, and editorial staffs.

Ethic obligations of the Editorial Board of the journal

1. The Editorial Board is responsible for the level of the scientific content of the journal.
2. All scientific materials pass the careful selection and the «blind» reviewing. The Editorial Board reserves the right to reject a manuscript or to return it for a modification. The author must rework the manuscript in correspondence with the remarks of reviewers.
3. The Editorial Board evaluates manuscripts for their scientific content without any racial, gender, sexual, religious, ethnic or political bias, and makes the objective decisions independent of commercial or other interests, and ensures the fair process of reviewing.
4. The Editorial Board can reject a manuscript without reviewing, by considering that it does not correspond to the profile of the journal or plagiarism is detected in the text.
5. The Editorial Board opposes the falsification, plagiarism, submission of a single work into several journals, multiple copying of article's text in different places, and misleading the community as for author's real contribution to a specific scientific work.
6. The Editorial Board has right to withdraw the published article in the case of the violation of any rights or commonly accepted norms of the scientific ethics. About such fact of the withdrawal of the article, the Editorial Board will inform the author and the organization, where such work was executed.
7. The editorial staff provides no information concerning the content of a manuscript under consideration to any persons, except for those participating in its professional assessment.
8. According to the international legislation as for the compliance of author's rights, the materials of a site cannot be reproduced completely or partially in any form (electronic or printed) without the preliminary written agreement of the Editorial Board of the journal. If the published materials are used in the context of other acts, the citation of the original source should be obligatorily made.
9. Editors, authors, and reviewers must inform about their interests, which would affect their objectivity at the editing and reviewing of the manuscripts (the case of a conflict of interests). Such can be the intellectual, financial, personal, political, or religious interests.

Ethic obligations of authors

1. The author bears the complete responsibility for the content of the article and for the very fact of its publication.
2. The author should cite those publications that had the defining influence on the essence of studies presented in the article and those that can rapidly inform the reader about the earlier works important for the comprehension of the given trend. It is necessary also to properly indicate the sources of basically significant results used in the, if those results were not got by the author his/herself.
3. The plagiarism as an original work and the submission of the earlier published article are impermissible. If such facts will occur, the author will bear the complete responsibility.
4. Coauthors of the article should be those persons who gave a weighty scientific contribution to the submitted work and share liability for the obtained results. The author submitting the manuscript for the publication is responsible for that the list of coauthors includes only those persons who correspond to the authorship criterion and takes the responsibility for the consent of other authors of the manuscript for its publication in the journal.

Рекомендовано до друку Редакційною колегією журналу
(протокол № 10 від 15.10.2024 р.)

Recommended for publication by the Editorial board
(Minutes No. 10 of October 15, 2024)

При передруку посилання на журнал «Економіка України» обов'язкове
While using refer to «Economy of Ukraine» is obligatory

Адреса редакції:

01011, Київ, вул. Панаса Мирного, 26, кім. 602

тел. +38 (044) 280-12-34

E-mail: econom-ukraine@ukr.net

<https://nasu-periodicals.org.ua/index.php/economyukr/index>

Редактор *І.В. Корнієнко*

Перекладач *А.О. Чепиленко*

Комп'ютерна верстка *К.М. Васильковська*

Підп. до друку 21.10.2024. Формат 70 × 108/16.

Гарн. Minion Pro. Тираж 136 прим.

Видавець і виготовлювач: ВД «Академперіодика» НАН України, 01004, Київ-4, вул. Терещенківська, 4.

Свідцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 544 від 27.07.2001.



Індекс 74158

ISSN 2522-9303. Економіка України. 2024. № 10 (755). С. 1–114