

УДК 332.012.322:33
DOI: 10.60022/2(7)-16S

Зось-Кіор Микола Валерійович

доктор економічних наук, професор
професор кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної
Полтавський державний аграрний університет, Україна

Zos-Kior Mykola

Doctor of Economic Sciences, Professor
Professor of I. Markina Department of Management
Poltava State Agrarian University, Ukraine
ORCID: 0000-0001-8330-2909

Стрибуль Оксана Вікторівна

старший викладач кафедри підприємництва, торгівлі та логістики
Київський кооперативний інститут бізнесу і права, Україна

Strybul Oksana

Senior Lecturer, Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics
Kyiv Cooperative Institute of Business and Law, Ukraine
ORCID: 0009-0003-1781-4430

Цюпа Артем Романович

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

Tsiupa Artem

PhD Student
Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine
ORCID: 0009-0007-3073-7758

ПРОГНОЗУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СІМЕЙНОГО БІЗНЕСУ ПРИ ЗАЛУЧЕННІ ЗАОЩАДЖЕНЬ ДОМОГОСПОДАРСТВ В ЕКОСИСТЕМУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ

***Анотація.** У статті розглянуто теоретико-методичні та практичні засади прогнозування ефективності сімейного бізнесу за умов інтеграції заощаджень домогосподарств у підприємницьку екосистему в контексті соціально відповідального маркетингу. Обґрунтовано актуальність теми з огляду на необхідність зміцнення фінансової автономії малого та середнього бізнесу, стимулювання локального інвестування й розвитку партнерських відносин між бізнесом і домогосподарствами. Визначено, що сімейні підприємства, як стрижневий елемент регіональної економіки, мають значний потенціал для залучення внутрішніх фінансових ресурсів, особливо в умовах зростаючої нестабільності зовнішніх ринків. Здійснено порівняльний аналіз рентабельності власного капіталу сімейних підприємств і середньої дохідності депозитів, що дозволило оцінити їхню інвестиційну привабливість. Отримані моделі підтверджують залежність фінансової результативності сімейного бізнесу від ефективності управління витратами та рівня довіри між суб'єктами економічної взаємодії. Доведено, що впровадження принципів соціально відповідального маркетингу сприяє зростанню репутаційного капіталу, підвищенню лояльності вкладників-домогосподарств та формуванню сталих фінансово-економічних зв'язків у межах регіональних бізнес-екосистем. Практичне значення результатів полягає у можливості використання розробленого підходу для моніторингу ефективності сімейних підприємств, удосконалення стратегій залучення внутрішніх інвестицій і підвищення конкурентоспроможності малого бізнесу на засадах соціальної відповідальності.*

***Ключові слова:** прогнозування, ефективність, сімейний бізнес, залучення заощаджень, домогосподарства, екосистема, підприємництво, соціально відповідальний маркетинг.*

PREDICTING THE EFFECTIVENESS OF FAMILY BUSINESSES IN ATTRACTING HOUSEHOLD SAVINGS INTO THE ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEM IN THE CONTEXT OF SOCIALLY RESPONSIBLE MARKETING

Abstract. *The article considers the theoretical, methodological and practical principles of predicting the efficiency of family businesses under the conditions of integrating household savings into the entrepreneurial ecosystem in the context of socially responsible marketing. The relevance of the topic is substantiated in view of the need to strengthen the financial autonomy of small and medium-sized businesses, stimulate local investment and develop partnerships between business and households. It is determined that family businesses, as a core element of the regional economy, have significant potential for attracting internal financial resources, especially in conditions of growing instability of external markets. A comparative analysis of the profitability of family businesses' equity and the average return on deposits was carried out, which made it possible to assess their investment attractiveness. The obtained models confirm the dependence of the financial performance of family businesses on the effectiveness of cost management and the level of trust between the subjects of economic interaction. It is proven that the implementation of the principles of socially responsible marketing contributes to the growth of reputational capital, increasing the loyalty of household depositors and the formation of sustainable financial and economic ties within regional business ecosystems. The practical significance of the results lies in the possibility of using the developed approach to monitor the effectiveness of family businesses, improve strategies for attracting internal investments and increase the competitiveness of small businesses on the basis of social responsibility.*

Keywords: *forecasting, efficiency, family business, savings mobilization, households, ecosystem, entrepreneurship, socially responsible marketing.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах трансформаційної економіки України сімейний бізнес відіграє важливу роль у забезпеченні зайнятості, збереженні людського капіталу в регіонах та формуванні локальних ринків. Одночасно зростають вимоги до фінансової стійкості та інноваційної спроможності малих і середніх підприємств, що робить актуальним питання залучення внутрішніх фінансових ресурсів, зокрема заощаджень домогосподарств. Прогнозування ефективності сімейного бізнесу в контексті інтеграції цих заощаджень у підприємницьку екосистему дозволяє розробити інструменти мобілізації капіталу, які будуть менш залежні від зовнішніх ринкових шоків та державних трансфертів. Отже, дослідження є актуальним з огляду на потребу підвищення фінансової автономії сімейного бізнесу, стимулювання локального інвестування та впровадження відповідального маркетингу як механізму посилення довіри між підприємствами та домогосподарствами. Воно сприятиме формуванню практично орієнтованих інструментів прогнозування та управління, необхідних для стійкого розвитку підприємницької екосистеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціально відповідальний маркетинг формує нові очікування з боку споживачів і громад, підвищуючи значимість етичних, екологічних і соціальних аспектів бізнес-операцій. Для сімейних підприємств, які часто сприймаються як більш довірливі та прив'язані до місцевих спільнот, інтеграція принципів соціальної відповідальності може стати конкурентною перевагою, знижуючи витрати залучення фінансування та підвищуючи лояльність вкладників-домогосподарств [1-2; 4; 16-17]. Отже, дослідження зв'язку між практиками соціально відповідального маркетингу і прогнозованою фінансовою ефективністю сімейного бізнесу має практичну значущість для розробки стратегій залучення «м'якого» капіталу (заощаджень сімей, краудфандингу, соціальних облигацій тощо).

Теоретична актуальність полягає у заповненні прогалини на перетині кількох дисциплін: корпоративних фінансів малого бізнесу, сімейного підприємництва, маркетингу соціальної відповідальності та економіки довіри. Розробка методик прогнозування, які враховують специфіку сімейних підприємств (неформальні структури управління, мультизадачність ролей, міжпоколінні установки), а також поведінкові чинники вкладників, дозволить підвищити адекватність моделей прийняття управлінських рішень [11-13].

Практична значимість дослідження полягає в можливості розробити рекомендації для власників сімейних бізнесів, фінансових консультантів та місцевих органів влади щодо інструментів залучення заощаджень домогосподарств з мінімальними ризиками для довгострокової стабільності [10; 14-15].

Прогнозні моделі допоможуть оцінити очікувані ефекти від впровадження соціально відповідального маркетингу (зростання прихильності клієнтів, зниження вартості капіталу, підвищення стабільності грошових потоків) і вибрати оптимальні стратегії розвитку.

Мета (постановка завдання) – аналіз методичного підходу прогнозування ефективності сімейного бізнесу при залученні заощаджень домогосподарств в екосистему підприємництва в умовах соціально відповідального маркетингу.

Виклад основного матеріалу. Проаналізуємо динамічний ряд рентабельності власного капіталу обраних підприємств сімейного бізнесу за останні п'ять років (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка рентабельності власного капіталу підприємств сімейного бізнесу, 2020-2024 рр.

Підприємства сімейного бізнесу/ %	2020	2021	2022	2023	2024
ТОВ «Епіцентр К»	30,40	35,40	29,80	31,27	32,97
ТОВ «Сантехдеталь Плюс»	16,10	10,70	14,87	12,47	14,76
ТОВ «Санорін-ДК»	17,17	11,54	9,96	11,65	11,98

Джерело: складено на основі [7-9]

Якщо значення рентабельності активів превалює над показником інфляційних процесів, це сигналізує про ринкову привабливість підприємницького утворення з позиції прибутковості. Ринкова привабливість підприємницького утворення з точки зору потенційного кола інвесторів на практиці реалізується шляхом порівняння значень показника рентабельності власного капіталу з рентабельністю альтернативних шляхів використання інвестованого ресурсу. Для цього можна використати офіційні значення центрального банківського регулятора за показником дохідності депозитів за останній період (табл. 2).

Таблиця 2

Порівняльна динаміка середньої дохідності депозитів та рентабельності власного капіталу підприємств сімейного бізнесу, 2020-2024 рр.

Роки	Середня дохідність депозитів, 2020-2021 рр.	Порівняння з підприємствами сімейного бізнесу Рентабельність власного капіталу, %		
	Показник середньої дохідності депозитів, %	ТОВ «Епіцентр К»	ТОВ «Сантехдеталь Плюс»	ТОВ «Санорін-ДК»
2020	10,40	30,40	16,10	17,17
2021	5,70	35,40	10,70	11,54
2022	6,23	29,80	14,87	9,96
2023	14,20	31,27	12,47	11,65
2024	15,10	32,97	14,76	11,98
Характеристика		Ефективність рівня управління, репутаційні і фінансові переваги як потенційного об'єкту інвестування.	Недостатня ефективність рівня управління 2023-2024 рр., репутаційні і фінансові можливості як потенційного об'єкту інвестування.	Недостатня ефективність рівня управління 2023-2024 рр., репутаційні і фінансові можливості як потенційного об'єкту інвестування.

Джерело: складено на основі [6-9]

Якщо відбувається превалювання показника рентабельності власного капіталу над альтернативними засобами використання інвестиційного ресурсу, то це свідчить про зростаючу динаміку ефективності рівня управління підприємницького утворення більш того, якщо фіксована динаміка є помітно вищою середнього значення характерному сучасному стану кон'юнктурних умов фінансового ринку, це додає підприємству як репутаційних так і фінансових переваг як потенційному об'єкту інвестування.

Як бачимо із проведеного порівняння ТОВ «Епіцентр К» спостерігається ефективність рівня управління, репутаційні і фінансові переваги як потенційного об'єкту інвестування, ТОВ «Сантехдеталь Плюс» та ТОВ «Санорін-ДК» відмічається недостатня ефективність рівня управління 2023-2024 рр., репутаційні і фінансові можливості як потенційного об'єкту інвестування, але для обраних бізнесових структур є значний потенціал інвестування, кредитування та залучення коштів для ефективного ведення бізнесу в досить складних та мінливих умовах.

Графічна порівняльна динаміка середньої доходності депозитів та рентабельності власного капіталу підприємств сімейного бізнесу за останній період представлена на рис. 1.

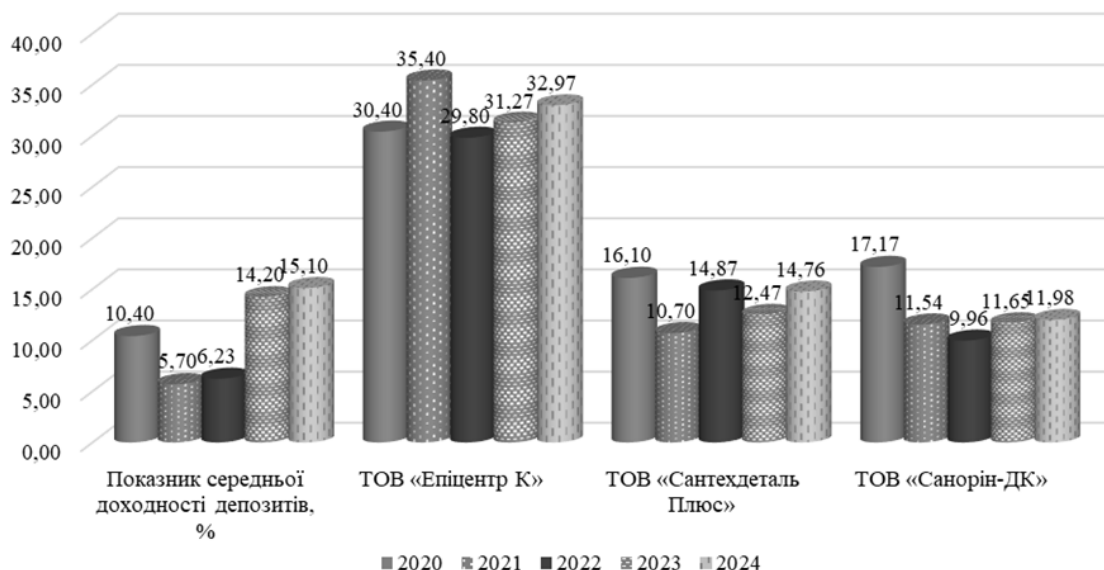


Рис. 1. Порівняльна динаміка середньої доходності депозитів та рентабельності власного капіталу підприємств сімейного бізнесу, 2020-2024 рр.

Джерело: сформовано на основі [6-9]

Одним із основних критеріїв формування сучасних науково-методологічних принципів ефективного управління є коефіцієнт Енгеля. Коефіцієнт Енгеля позиціонують та адаптують як інтегральний показник ефективності управління підприємством. Цей коефіцієнт може бути застосований в аналізованні стану суб'єкта господарювання.

Його математичне формулювання:

$$KE = (В_{операцийні} / В_{загальні}) \times 100\%,$$

де: KE – коефіцієнт Енгеля;

$В_{операцийні}$ – операційні витрати;

$В_{загальні}$ – загальні витрати суб'єкта господарювання.

Перш ніж визначити коефіцієнт Енгеля для підприємств сімейного бізнесу за останні п'ять років за даними фінансової звітності обраних суб'єктів господарювання сформуємо динамічний ряд операційних витрат (табл. 3).

Таблиця 3

Динаміка операційних витрат підприємств сімейного бізнесу, 2020-2024 рр.

Підприємства сімейного бізнесу	2020	2021	2022	2023	2024
ТОВ «Епіцентр К»	349034,66	587828,90	901539,58	10039,65	848443,17
ТОВ «Сантехдеталь Плюс»	32,43	41,88	38,22	43,22	135,80
ТОВ «Санорін-ДК»	104,91	116,61	120,03	114,88	122,45

Джерело: складено на основі [7-9]

Далі в табл. 4 розраховано коефіцієнт Енгеля для підприємств сімейного бізнесу за останні п'ять років.

Таблиця 4

Коефіцієнт Енгеля підприємств сімейного бізнесу, 2020-2024 рр.

Підприємства сімейного бізнесу	2020	2021	2022	2023	2024	В середньому 2020-2024 рр.
ТОВ «Епіцентр К»	57,21	57,35	49,81	50,20	50,44	53,00
ТОВ «Сантехдеталь Плюс»	34,00	33,00	28,44	33,64	38,88	33,59
ТОВ «Санорін-ДК»	40,98	41,02	39,87	39,92	40,28	40,41

Джерело: складено на основі [7-9]

Визначений коефіцієнт Енгеля підприємств сімейного бізнесу є посереднім, взагалі за методикою розрахунку чим нижчий коефіцієнт, тим вищий рівень ефективності управління досліджуваних суб'єктів господарювання. Тому, в подальшому дослідженні, моделюванні та прогнозуванні можна запропонувати зниження коефіцієнта Енгеля як визначника оптимізації витрат підприємства.

Ілюстрація коефіцієнта Енгеля підприємств сімейного бізнесу за останній період представлена рис. 2.

Економічним показником нерівності, який вимірює концентрацію доходів або капіталу держави, регіону або можливо і суб'єкта господарювання є коефіцієнт Джині – індекс Джині. Фактори, які впливають на показник:

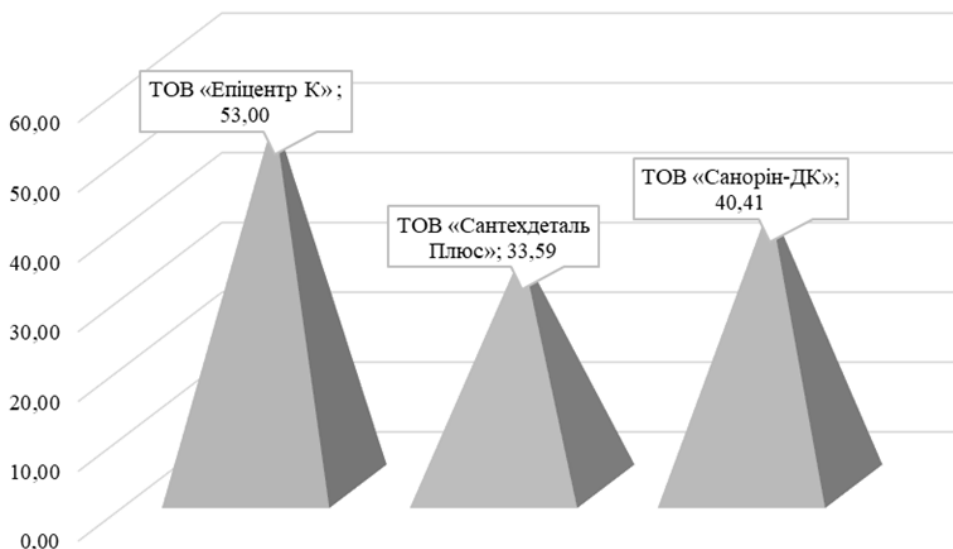


Рис. 2. Коефіцієнт Енгеля підприємств сімейного бізнесу, 2020-2024 рр.

Джерело: сформовано на основі [7-9]

Низький коефіцієнт Джині в Україні може бути не повним відображенням реального стану справ.

Висока частка тіньової економіки та недостовірна статистика щодо доходів громадян можуть штучно занижувати цей показник.

Низький рівень життя населення та пасивна економічна поведінка також є факторами, що впливають на статистику.

Нормативного значення коефіцієнта Джині не існує, оскільки він є вимірювальним показником, а не нормативним значенням. Його значення варіюється від 0 (абсолютна рівність) до 1 (повна нерівність), і чим вищий коефіцієнт, тим більший розрив між занепадаючими та сильними, які мають високий рівень економічного розвитку суб'єктами. Коефіцієнт Джині в Україні є одним із найнижчих у світі. Коефіцієнт Джині - індекс Джині можливо адаптувати до конкретного суб'єкту господарювання, порівнюючи показники господарств між собою, але це досить детальний глибинний процес, який за браком інформації може бути недостовірним.

Математичне формулювання коефіцієнта Джині для економіки України базується на кривій Лоренца, яка показує розподіл доходів, і вимірює нерівність як відношення площі між кривою Лоренца та лінією абсолютної рівності до площі під лінією абсолютної рівності. Коефіцієнт можна розрахувати за формулою: $G = 1 - 2 \sum x_i y_i$ (за певних умов або в іншому вигляді) або як відношення площ на графіку [9].

Динамічний ряд коефіцієнта Джині – індекса Джині – для визначника економіки країни представлено в табл. 5.

Таблиця 5

Динаміка коефіцієнта Джині – індекса Джині, %, 2020-2024 рр.

Роки	2020	2021	2022	2023	2024
Україна	25,36	40,90	28,10	25,62	25,64

Джерело: складено на основі [3]

З використанням однофакторної лінійної регресії проведемо моделювання та прогнозування рентабельності власного капіталу підприємств сімейного бізнесу в залежності від факторної ознаки середньої доходності депозитів. В результаті обробки даних отримані виробничі моделі:

$$\begin{aligned} \text{ТОВ «Епіцентр К»} & Y=32,65-0,07 X_i \\ \text{ТОВ «Сантехдеталь Плюс»} & Y=12,48+0,13 X_i \\ \text{ТОВ «Санорін-ДК»} & Y=11,18+0,12 X_i \end{aligned}$$

В результаті моделювання та прогнозування, отримано результативний показник рентабельності власного капіталу підприємств сімейного бізнесу (табл. 6).

Таблиця 6

Моделювання та прогнозування рентабельності власного капіталу підприємств сімейного бізнесу в залежності від факторної ознаки середньої доходності депозитів, 2020-2024, 2026 рр.

Роки	Середня доходність депозитів, 2020-2024 рр.	Рентабельність власного капіталу підприємств сімейного бізнесу, %		
	Показник середньої доходності депозитів, %	ТОВ «Епіцентр К»	ТОВ «Сантехдеталь Плюс»	ТОВ «Санорін-ДК»
2020	10,40	30,40	16,10	17,17
2021	5,70	35,40	10,70	11,54
2022	6,23	29,80	14,87	9,96
2023	14,20	31,27	12,47	11,65
2024	15,10	32,97	14,76	11,98
6-9 місяців 2025 р.	10,60			
на кінець 2025 р. очікування	12,00			
2026	12,12	33,02	14,94	12,68

Джерело: складено на основі [6-9]

Тобто, при зростанні середньої доходності депозитів до 12,12% в прогнозованому короткостроковому періоді, можливе зростання рентабельності власного капіталу підприємств сімейного бізнесу.

Графічно прогнозування рентабельності власного капіталу підприємств сімейного бізнесу в залежності від факторної ознаки середньої доходності депозитів на наступний короткостроковий період показано на рис. 3.

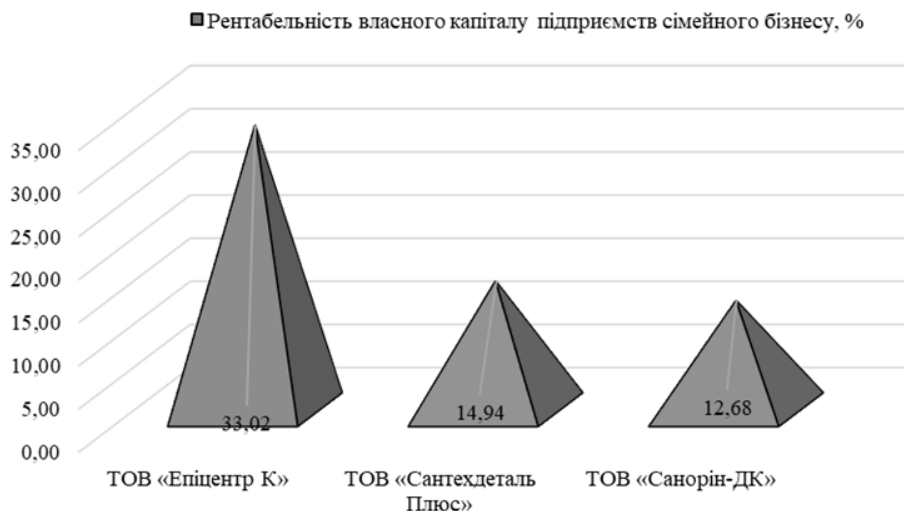


Рис. 3. Прогнозування рентабельності власного капіталу підприємств сімейного бізнесу в залежності від факторної ознаки середньої доходності депозитів, 2026 р.

Джерело: сформовано на основі [6-9]

Далі, використовуючи двофакторну лінійну регресію проведемо моделювання та прогнозування рівня рентабельності обраних підприємств сімейного бізнесу із застосуванням інструментарію електронних таблиць Microsoft Excel та вбудованих статистичних функцій TREND та LINEST. Факторними ознаками впливу на результативний показник обрано чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), та коефіцієнт Енгеля, які були визначені попередньо (табл. 7).

Таблиця 7

Моделювання та прогнозування впливу факторних ознак діяльності на рівень рентабельності підприємств сімейного бізнесу, 2020-2024, 2026 рр.

ТОВ «Епіцентр К»			
Роки	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	Коефіцієнт Енгеля	Рівень рентабельності, Y %
2020	50382425,00	57,21	80,76
2021	51482263,67	57,35	67,88
2022	54137557,00	49,81	26,21
2023	69151489,00	50,20	99,35
2024	77627463,00	50,44	25,30
2026	89419960,07	44,73	36,07
Відхилення 2026 р. від 2024 р., +,-	11792497,07	-5,71	10,76
Відхилення 2026 р. від 2024 р., %	115,19	X	X
	4,20	0,00000038	-185,87
	7,44	0,00	504,26
	0,17	42,63	#Н/Д
	0,21	2,00	#Н/Д
	753,44	3633,80	#Н/Д
ТОВ «Сантехдеталь Плюс»			
Роки	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	Коефіцієнт Енгеля	Рівень рентабельності, Y %
2020	19137,00	34,00	40,54
2021	24066,90	33,00	25,91
2022	20362,20	28,44	6,28
2023	29608,50	33,64	39,11
2024	39667,60	38,88	49,42
2026	45209,56	37,75	49,55
Відхилення 2026 р. від 2024 р., +,-	5541,96	-1,13	0,14
Відхилення 2026 р. від 2024 р., %	113,97	X	X
	5,31	-0,0006	-130,07
	1,68	0,00	42,46
	0,90	7,44	#Н/Д
	9,16	2,00	#Н/Д
	1014,62	110,72	#Н/Д
ТОВ «Санорін-ДК»			
Роки	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	Коефіцієнт Енгеля	Рівень рентабельності, Y %
2020	42866,88	40,98	28,75
2021	53909,86	41,02	26,73
2022	45611,33	39,87	14,47
2023	66026,96	39,92	30,49
2024	67434,92	40,28	32,74
2026	79671,26	39,41	33,15
Відхилення 2026 р. від 2024 р., +,-	12236,34	-0,87	0,41

Продовження таблиці 7

Відхилення 2026 р. від 2024 р.,%	118,15	X	X
	8,42		
	4,60	0,0006	-344,67
	0,78	0,00	191,18
	3,52	4,76	#Н/Д
	159,28	2,00	#Н/Д
		45,30	#Н/Д

Джерело: складено на основі [5; 7-9]

Слід зазначити, що визначені двофакторні лінійні регресії підприємств сімейного бізнесу є якісними, адекватними і факторні ознаки справляють значний вплив на результат діяльності суб'єктів господарювання. Висновок про якість та адекватність двофакторних лінійних регресій демонструють коефіцієнт детермінації R^2 та F-критерій Фішера [5; 7-9].

В результаті обробки даних отримані двофакторні виробничі моделі:

$$\text{ТОВ «Епіцентр К»} \quad Y = -185,87 + 0,00000038 X_1 + 4,20 X_2$$

$$\text{ТОВ «Сантехдеталь Плюс»} \quad Y = -130,07 - 0,00060075 X_1 + 5,31 X_2$$

$$\text{ТОВ «Санорін-ДК»} \quad Y = -344,67 + 0,00056023 X_1 + 8,42 X_2$$

В табл. 8 сформовано прогнозні значення факторних ознак та результативного показника рівня рентабельності підприємств сімейного бізнесу.

Таблиця 8

Прогнозні значення факторних ознак та результативного показника рівня рентабельності підприємств сімейного бізнесу, 2026 р.

Підприємства сімейного бізнесу	Рівень рентабельності, %, Y	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	Коефіцієнт Енгеля
ТОВ «Епіцентр К»	36,07	89419960,07	44,73
ТОВ «Сантехдеталь Плюс»	49,55	45209,56	37,75
ТОВ «Санорін-ДК»	33,15	12236,34	39,41

Джерело: складено на основі [5; 7-9]

Необхідно наголосити про зростання чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) обраних суб'єктів господарювання та зниження коефіцієнта Енгеля в прогнозному 2026 р. Рівень рентабельності підприємств сімейного бізнесу за таких умов може пропорційно зрости.

Графічно прогнозні значення рівня рентабельності підприємств сімейного бізнесу показано лійковою діаграмою на рис. 4.

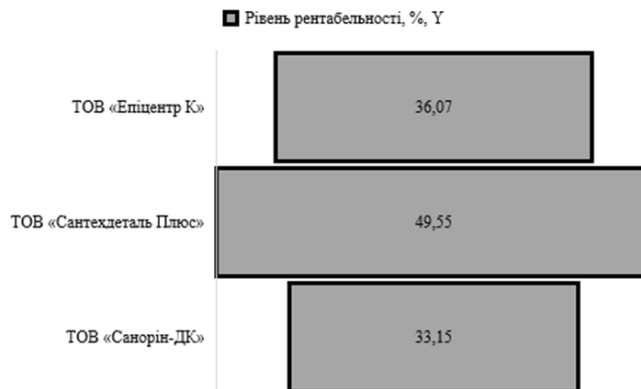


Рис. 4. Прогнозні значення рівня рентабельності підприємств сімейного бізнесу, 2026 р.

Джерело: сформовано на основі [5; 7-9]

Отже, в завершенні вивчення, дослідження, моделювання та прогнозування механізму залучення заощаджень домогосподарств в екосистему підприємництва України різними економіко-математичними методами та моделями відзначаємо складність, багатогранність та актуальність цього процесу, що дає можливість суб'єкту господарювання аналізувати та вдосконалювати цей механізм.

Висновки. Визначено ключову роль сімейного бізнесу у структурі національної економіки України як важливого джерела зайнятості, інноваційної активності та локальної фінансової стабільності. Залучення внутрішніх інвестиційних ресурсів, насамперед заощаджень домогосподарств, розглядається як пріоритетний напрям підвищення фінансової автономії підприємницького сектору. Доведено вплив соціально відповідального маркетингу на підвищення довіри між сімейними підприємствами та потенційними інвесторами (домогосподарствами), що забезпечує зростання рівня лояльності, покращення репутаційного іміджу та формування довгострокових партнерських відносин у межах локальних бізнес-екосистем. Розроблений підхід до прогнозування може бути використаний для створення системи моніторингу ефективності сімейних підприємств у контексті соціально відповідального маркетингу, що сприятиме зміцненню довіри між бізнесом і домогосподарствами та формуванню сталих фінансово-економічних відносин у підприємницькій екосистемі. Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання розроблених моделей органами місцевого самоврядування, інвестиційними консультантами та представниками малого бізнесу для обґрунтування стратегій залучення внутрішніх інвестицій, оптимізації структури капіталу та підвищення конкурентоспроможності сімейних підприємств на основі принципів соціальної відповідальності.

Література

1. Воронько-Невіднича Т. В., Борисенко Ю. В., Цимбал В. В., Карпенко В. С. Забезпечення стійкості розвитку підприємства на основі формування професійного іміджу керівника за сучасних умов. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького*. 2022. № 3-4. С. 95–100.
2. Кукса І. М., Орлова-Курилова О. В., Кирилюк Є. М., Воронько-Невіднича Т. В. Державне регулювання та саморозвиток ефективної інноваційної системи управління реструктуризацією виробництва в умовах знаннєвої економіки, екологізації та синергетичної взаємодії підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 20. С. 5–9.
3. Лоїк А., Ткачик Л. Ефективність податкової політики в Україні: регулюючий та фіскальний аспекти. *Галицький економічний вісник*. 2022. № 4 (77). С. 82–93.
4. Лядський І. К. Кайрос-менеджмент – управлінський інструмент на перехресті соціального інтелекту, самоменеджменту та креативності. *Економічний простір*. 2025. № 198. С. 188–193.
5. Наконечний С. І., Терещенко Т. О., Романюк Т. П. Економетрія: підручник. К.: КНЕУ, 2006. 528 с.
6. Середні ставки за депозитами для юридичних осіб в Україні. <https://index.minfin.com.ua/banks/deposit/company/>
7. ТОВ «Епіцентр К» <https://opendatabot.ua/c/32490244>
8. ТОВ «Санорін-ДК» <https://opendatabot.ua/c/41617760>
9. ТОВ «Сантехдеталь Плюс» <https://opendatabot.ua/c/42288290>
10. Bilan_Y., Zos-Kior_M., Nitsenko_V., Sinelnikau_U., Ilin V. Projecting the social component of the efficient management of land resources. *Journal of Security and Sustainability. Issues*. 2017. № 7(2). P. 287–300.
11. Gryshko V., Zos-Kior M., Zerniuk O. Integrating the BSC and KPI systems for improving the efficiency of logistic strategy implementation in construction companies. *International Journal of Engineering & Technology*. Vol. 7, № 3.2 (2018). Special Issue 2. P. 131–134.
12. Hnatenko I., Bebeko S., Ievseitseva O., Shikovets K., Kvita H., Zos-Kior M. Market analysis of the renewable energy market of Ukraine in the context of changes in financial and economic processes. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2024. Vol. 5(58). P. 446–459.
13. Hnatenko I., Kuksa I., Orlova-Kurilova O., Moisieieva N., Rubezhanska V. State regulation of innovative employment in the context of innovative entrepreneurship development. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2019. 41 (2). P. 228–236.
14. Hnatenko I., Kuksa I., Orlova-Kurilova O., Rubezhanska V. Analysis of the state of innovation entrepreneurship development in Ukraine. *Вісник ЧНУ ім. Б. Хмельницького. Серія «Економічні науки»*. 2020. № 1. С. 10–25.

15. Liadskyi I. Managing social intelligence in the context of socially-oriented marketing and increasing employee loyalty. *Transformational economy: theoretical and practical aspects: Collective monograph*. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2024. P. 66–96.

16. Palaščáková D., Liadskyi I., Diachkov D. Social Intelligence Management in the Context of Promoting Professional Self-Education: Gender Aspects. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*. 2024. № 3-4. pp. 160–179.

17. Zos-Kior M., Kuksa I., Iliin V., Chaikina A. Land management prospects. *Economic Annals-XXI*. 2016. № 161(9-10). P. 43–46.

References

1. Voronko-Nevidnycha T. V., Borysenko Yu. V., Tsymbal V. V., Karpenko V. S. Ensuring enterprise development sustainability through the formation of a professional image of the manager under modern conditions. *Bulletin of Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy*. 2022. No. 3–4. pp. 95–100.

2. Kuksa I. M., Orlova-Kurylova O. V., Kyryliuk Ye. M., Voronko-Nevidnycha T. V. State regulation and self-development of an effective innovative management system for production restructuring in the context of the knowledge economy, greening, and synergistic interaction of entrepreneurs. *Investments: Practice and Experience*. 2021. No. 20. pp. 5–9.

3. Loik A., Tkachyk L. Efficiency of tax policy in Ukraine: regulatory and fiscal aspects. *Halytskyi Economic Bulletin*. 2022. No. 4 (77). pp. 82–93.

4. Liadskyi I. K. Kairos management – a managerial tool at the intersection of social intelligence, self-management, and creativity. *Economic Space*. 2025. No. 198. pp. 188–193.

5. Nakonechnyi S. I., Tereshchenko T. O., Romaniuk T. P. *Econometrics: Textbook*. Kyiv: KNEU, 2006. 528 p.

6. Average deposit rates for legal entities in Ukraine. URL: <https://index.minfin.com.ua/banks/deposit/company/>

7. LLC “Epicentr K”. URL: <https://opendatabot.ua/c/32490244>

8. LLC “Sanorin-DK”. URL: <https://opendatabot.ua/c/41617760>

9. LLC “Santekhdetal Plus”. URL: <https://opendatabot.ua/c/42288290>

10. Bilan Y., Zos-Kior M., Nitsenko V., Sinelnikau U., Ilin V. Projecting the social component of the efficient management of land resources. *Journal of Security and Sustainability Issues*. 2017. Vol. 7 (2). pp. 287–300.

11. Gryshko V., Zos-Kior M., Zerniuk O. Integrating the BSC and KPI systems for improving the efficiency of logistic strategy implementation in construction companies. *International Journal of Engineering & Technology*. 2018. Vol. 7 (3.2, Special Issue 2). pp. 131–134.

12. Hnatenko I., Bebeko S., Ievseitseva O., Shikovets K., Kvita H., Zos-Kior M. Market analysis of the renewable energy market of Ukraine in the context of changes in financial and economic processes. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. 2024. Vol. 5 (58). pp. 446–459.

13. Hnatenko I., Kuksa I., Orlova-Kurilova O., Moisieieva N., Rubezhanska V. State regulation of innovative employment in the context of innovative entrepreneurship development. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2019. Vol. 41 (2). pp. 228–236.

14. Hnatenko I., Kuksa I., Orlova-Kurilova O., Rubezhanska V. Analysis of the state of innovation entrepreneurship development in Ukraine. *Bulletin of Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy. Series “Economic Sciences”*. 2020. No. 1. pp. 10–25.

15. Liadskyi I. Managing social intelligence in the context of socially oriented marketing and increasing employee loyalty. *Transformational Economy: Theoretical and Practical Aspects: Collective Monograph*. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2024. pp. 66–96.

16. Palaščáková D., Liadskyi I., Diachkov D. Social intelligence management in the context of promoting professional self-education: gender aspects. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*. 2024. No. 3–4. pp. 160–179.

17. Zos-Kior M., Kuksa I., Iliin V., Chaikina A. Land management prospects. *Economic Annals-XXI*. 2016. No. 161 (9–10). pp. 43–46.