



**ВСЕУКРАЇНСЬКА ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ
НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР «УКООПОСВІТА»**

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

**учасників Двадцять другої
науково-практичної конференції студентів
закладів вищої та фахової передвищої освіти
Укркоопспілки**

**«Інноваційні процеси
і їх вплив на ефективність
діяльності підприємства»**

**Укоопосвіта
2026**



Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства

Науково-практична конференція
2026 року

Збірник тез доповідей учасників Двадцять другої науково-практичної конференції студентів закладів вищої та фахової передвищої освіти Укркоопспілки «Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства». – К. : НМЦ «Укоопосвіта», 2026. – 286 с.

Редакційна колегія:

ВОЙНАШ Лідія, к.е.н.

КУЦИК Петро, д.е.н.

МАНЖУРА Олександр, д.е.н.

НЕСТУЛЯ Олексій, д.і.н.

СЕМАК Богдан, д.е.н.

© НМЦ «Укоопосвіта», 2026

3. Цифрова трансформація економіки України в умовах війни. – URL: <https://surl.li/ayhugd>

4. Федулова Л. Бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємств торгівлі / Л. Федулова // Вісник КНЕУ. – 2017. – Вип. 3. – С. 48–64.

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ СИСТЕМИ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ: PEST-АНАЛІЗ ТА ІНДИКАТОРНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ

Баїшев Микита

Карпенко Н. В. – наукова керівниця

Полтавський університет економіки і торгівлі

Анотація. У тезах досліджено інвестиційну привабливість системи споживчої кооперації України на основі PEST-аналізу з урахуванням маркетингових факторів. Запропоновано систему кількісних індикаторів, що поєднує економічні та маркетингові підходи до оцінювання можливостей залучення фінансування.

Ключові слова: споживча кооперація, інвестиційна привабливість, PEST-аналіз, маркетинг, фінансування, індикатори, розвиток.

Постановка проблеми. В умовах трансформації економіки України та впливу воєнного стану особливої актуальності набуває питання підвищення інвестиційної привабливості системи споживчої кооперації. Незважаючи на значний потенціал, кооперативний сектор характеризується обмеженим доступом до фінансових ресурсів, застарілою матеріально-технічною базою та низьким рівнем інноваційності. Водночас недостатня увага до маркетингової діяльності кооперативів, зокрема формування попиту, брендингу та комунікацій зі споживачами, суттєво знижує їх конкурентоспроможність і привабливість для інвесторів. Відсутність комплексних підходів, що поєднують економічні та маркетингові аспекти оцінювання, стримує розвиток кооперативного сектору.

Мета. Метою дослідження є розробка системи кількісних індикаторів оцінювання інвестиційної привабливості системи споживчої кооперації України на основі PEST-аналізу з урахуванням маркетингових факторів формування попиту та конкурентоспроможності кооперативних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Оцінювання інвестиційної привабливості системи споживчої кооперації здійснено з використанням PEST-аналізу, який у цьому дослідженні розглядається не лише як інструмент макроекономічної оцінювання, а й як складова маркетингового аналізування зовнішнього середовища. Це дозволяє врахувати фактори, що впливають на формування попиту, поведінку споживачів та ринкову позицію кооперативних підприємств.

Політичні фактори визначаються рівнем державної підтримки кооперації, стабільністю регуляторного середовища, впливом воєнно-політичних ризиків і доступом до міжнародних програм фінансування. Економічні фактори враховують доступність кредитних ресурсів, рентабельність діяльності, обсяг інвестицій та платоспроможність населення. Соціальні фактори відображають демогра-

фічні тенденції, рівень довіри до кооперативів і споживчу поведінку. Технологічні фактори характеризують рівень цифровізації, розвиток електронної комерції та інноваційну активність підприємств.

Водночас важливим доповненням до традиційних факторів є маркетингові характеристики діяльності кооперативів. Зокрема, рівень інвестиційної привабливості значною мірою залежить від частки ринку кооперативних підприємств, темпів зростання клієнтської бази, рівня лояльності споживачів, частки повторних покупок, ефективності маркетингових комунікацій та розвитку цифрових каналів збуту [5].

Ефективна маркетингова діяльність забезпечує формування стабільного попиту, підвищення впізнаваності кооперативних брендів і зміцнення конкурентних позицій на ринку. Це, у свою чергу, підвищує довіру інвесторів, оскільки свідчить про наявність стійких джерел доходів і перспектив розвитку [3].

Для комплексного оцінювання запропоновано систему кількісних індикаторів, що містять як економічні, так і маркетингові показники, які оцінюються за бальною шкалою та агрегуються в інтегральний індекс інвестиційної привабливості. Найбільшу вагу доцільно надавати економічним (35%) та маркетингово-поведінковим характеристикам, що безпосередньо формують ринкову вартість кооперативних підприємств [1]. Для якісного оцінювання інвестиційної привабливості нами пропонується система індикаторів відповідно до груп факторів (Таблиця 1).

Таблиця 1

Кількісні індикатори оцінювання інвестиційної привабливості системи споживчої кооперації України за PEST-аналізом

Група факторів	Уточнений фактор для системи споживчої кооперації України	Кількісний індикатор	Напрямок впливу на інвестиційну привабливість
1	2	3	4
Політичні	Державна підтримка кооперації	Обсяг державного фінансування програм підтримки кооперації	Чим більше, тим краще
	Ефективність місцевого самоврядування	Частка громад, що мають програми підтримки кооперативів	↑
	Воєнно-політичні ризики	Кількість територій, де кооперативи не можуть працювати через бойові дії	Чим менше, тим краще
	Регуляторна стабільність	Кількість змін у законодавстві щодо кооперації за рік	↓

Продовження табл.

1	2	3	4
	Прозорість кооперативної власності	Частка кооперативних підприємств із зареєстрованими правами власності	↑
	Доступ до міжнародної підтримки	Кількість міжнародних програм/грантів, доступних кооперативам	↑
Економічні	Доступність фінансування	Середня ставка кредитування для кооперативів	↓
	Здатність залучати кошти	Обсяг інвестицій у систему споживчої кооперації	↑
	Фінансова стійкість	Рентабельність діяльності кооперативних підприємств	↑
	Ліквідність	Коефіцієнт поточної ліквідності	↑ до нормативу 1,0–2,0
	Платоспроможність населення	Середньомісячний дохід населення в регіонах діяльності кооперації	↑
	Споживчий попит	Темп зростання роздрібного товарообороту кооперативних підприємств	↑
	Використання активів	Частка незадіяних або збиткових активів у системі кооперації	↓
	Зовнішня підтримка	Обсяг грантових і донорських коштів, отриманих кооперативами	↑
Соціальні	Демографічний потенціал	Чисельність населення в регіонах діяльності кооперації	↑
	Міграція робочої сили	Рівень відтоку населення із сільських територій	↓
	Вікова структура населення	Частка населення працездатного віку	↑
	Рівень зайнятості	Рівень безробіття у регіонах діяльності кооперації	↓
	Соціальна підтримка кооперації	Частка населення, що користується послугами кооперативів	↑

Закінчення табл.

1	2	3	4
	Репутація та довіра	Рівень довіри до кооперативів за результатами опитувань	↑
	Кадровий потенціал	Частка працівників із вищою або спеціальною освітою	↑
	Соціальна роль кооперації	Кількість створених робочих місць кооперативами	↑
Технологічні	Технічний стан активів	Ступінь зносу основних засобів кооперативів	↓
	Модернізація підприємств	Частка оновленого обладнання за останні п'ять років	↑
	Рівень цифровізації	Частка кооперативів, що використовують ERP, CRM, електронний облік	↑
	Інтернет-доступність	Частка населених пунктів із якісним доступом до мережі Інтернет	↑
	Розвиток e-commerce	Частка продажів, здійснених через онлайн-канали	↑
	Логістична інфраструктура	Середній час доставки товарів у межах регіону	↓
	Інноваційна активність	Частка кооперативів, які впровадили нові технології або послуги	↑
	Інвестиції в технології	Обсяг капіталовкладень у модернізацію та ІТ	↑

Для побудови інтегрального індексу інвестиційної привабливості кожен індикатор доцільно оцінювати за шкалою від 0 до 5:

- 0 балів – критично несприятливий стан;
- 1 бал – низький рівень;
- 2 бали – нижче середнього;
- 3 бали – середній рівень;
- 4 бали – високий рівень;
- 5 балів – дуже високий рівень.

Орієнтовні вагові коефіцієнти груп факторів є такими: політичні фактори – 25%, економічні – 35%, соціальні – 20% та технологічні – 20%.

Інтегральний показник інвестиційної привабливості може бути визначений як зважена сума середніх оцінок за кожною групою факторів.

Запропонована система індикаторів передбачає використання бальної шкали оцінювання та вагових коефіцієнтів, що дозволяє сформуванню інтегрального показника інвестиційної привабливості. Найбільшу вагу доцільно надавати економічним факторам (35%), що зумовлено їх визначальним впливом на рішення інвесторів [2]. Використання PEST-аналізу у цьому дослідженні розглядається не лише як інструмент макроекономічного оцінювання, а й як складова маркетингового аналізування зовнішнього середовища, що дозволяє визначити фактори формування попиту, поведінки споживачів та привабливості кооперативних підприємств для інвесторів.

Висновки. Застосування PEST-аналізу з урахуванням маркетингових факторів дозволяє здійснити комплексне оцінювання інвестиційної привабливості системи споживчої кооперації України. Встановлено, що поряд з економічними та інституційними факторами важливу роль відіграє рівень розвитку маркетингової діяльності, який визначає формування попиту, лояльність споживачів та конкурентоспроможність кооперативів. Підвищення інвестиційної привабливості можливе завдяки активізації маркетингових стратегій, розвитку цифрових каналів збуту та формування сильних кооперативних брендів. Запропонований підхід може бути використаний для обґрунтування управлінських рішень щодо розвитку кооперативного сектору в сучасних умовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кузьміна О. В. Інвестиційна привабливість України: оцінка та перспективні напрямки активізації [Електронний ресурс] / О. В. Кузьміна, К. С. Ярошенко // Економіка та суспільство. – 2023. – № 49. – Режим доступу: DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-38>.
2. Куцик П. О. Стратегічні напрями розвитку споживчої кооперації України у контексті глобальних економічних трендів [Електронний ресурс] / П. О. Куцик, С. Р. Семів // Підприємництво і торгівля. – 2022. – № 33. – С. 5–15. Режим доступу: DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2022-33-01>.
3. Любимов О. Маркетингові стратегії споживчих кооперативів у сучасному світі: інноваційні практики: Збірник тез доповідей учасників Дев'ятнадцятої науково-практичної конференції студентів закладів вищої та фахової передвищої освіти Укркоопспілки «Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства». Частина 2. / О. Любимов, Н. В. Карпенко – К. : НМЦ «Укооп-освіта», 2023. – С. 3–7.
4. Матковський П. Є. Соціально-економічна сутність кооперації, її роль в інвестиційно-аналітичних процесах контролінгу територіальних громад [Електронний ресурс] / П. Є. Матковський, Р. Б. Олійник, М. В. Луцак // Економіка та суспільство. – 2024. – № 59. – Режим доступу: DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-148>.
5. Славкова А. О. Інвестиційна привабливість України: реалії в умовах війни та перспективи повоєнної відбудови [Електронний ресурс] / А. О. Славкова, Д. В. Колісник // Економіка та суспільство. – 2023. – № 56. – Режим доступу: DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-138>.

Зміст

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ В СИСТЕМІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ: МЕРЕЖЕВИЙ ПІДХІД <i>Горбаль Ростислав</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	3
ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ СИСТЕМИ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ: PEST-АНАЛІЗ ТА ІНДИКАТОРНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ <i>Баїшев Микита</i> <i>Полтавський університет економіки і торгівлі</i>	7
LEGAL DESIGN ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВНОГО РУХУ В УКРАЇНІ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ <i>Мартинюк Вікторія</i> <i>Херсонський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж</i>	12
ВИКОРИСТАННЯ ПРОЄКТНОГО ПІДХОДУ ПІД ЧАС ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ (НА ПРИКЛАДІ ПРОЄКТУ ECODROP) <i>Цветков Артем</i> <i>Полтавський університет економіки і торгівлі</i>	17
ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА ТИПОЛОГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ КРАЇН СХІДНОЇ ЄВРОПИ <i>Ориняк Марта</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	20
ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ <i>Хлібович Вікторія</i> <i>Вінницький кооперативний інститут</i>	23
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА <i>Хацюк Вероніка</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	27
ІННОВАЦІЇ ЯК ФАКТОР ВИЖИВАННЯ ТА РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В ПРИКОРДОННИХ РАЙОНАХ СУМЩИНИ <i>Бдюхіна Дар'я</i> <i>Сумський фаховий коледж економіки і торгівлі</i>	30

Навчальне видання
**Інноваційні процеси і їх вплив на
ефективність діяльності підприємства**
Збірник тез доповідей

Матеріали конференції подано без скорочень в авторській редакції

Підготовлено до друку Навчально-методичним центром «Укоопосвіта»

Оригінал-макет *ТУРСЬКИЙ Віталій*

*Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу
Навчально-методичного центру Укоопспілки «Укоопосвіта» заборонено*

Підп. до друку 15.05.2026 Обл.-вид. арк. 17,88
Наклад ЕВ
НМЦ «Укоопосвіта», 2026
01001 м. Київ, вул. Хрещатик, 7/11