

systemy menedzhmentu [Strategic management of an enterprise as an important component of the management system]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 57. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-128>

Sheketa Ye. Yu., Kaziuka N. P., Matsola M. M. & Kukh-nii L. S. (2026). Strategic Management of Ukraine's IT Sector: Economic and Statistical Aspects of Business Decision-Making to Enhance Competitiveness. *Biznes Inform*, 2, 336–345. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2026-2-336-345>

Sheketa Ye. Yu. & Kaziuka N. P. (2021). Efektyvnyi menedzhment sfery turyzmu yak zaporuka staloho ekonomichnoho rozvytku obiednanykh terytorialnykh hromad Prykarpattia [Effective tourism management as a guarantee of sustainable economic development of unified territorial communities of Pre-

carpathia]. *Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu*, 17(2), 189–195. <https://doi.org/10.15330/apred.2.17.189-195>

Whyte J. & Davies A. (2021). Reframing Systems Integration: A Process Perspective on Projects. *Project Management Journal*, 52, 1–33. <https://doi.org/10.1177/8756972821992246>

<https://doi.org/10.1177/8756972821992246>

Стаття надійшла до редакції / Received: 09.04.2026
Статтю прийнято до публікації / Accepted: 22.04.2026
Оприлюднено / Published: 23.06.2026

УДК 330.131.7:338.47:656.13

JEL: C10; E31; L91; M21

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2026-4-649-658>

ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ БІЗНЕСУ АВТОПРОКАТУ: СТАТИСТИЧНИЙ ВИМІР ВПЛИВУ ТА ДИНАМІКА ЗМІН

©2026 ДРУЖИНІНА В. В., САКУН Л. М., СУХОМЛИН Л. В., АЛЬОХІН Є. О.

УДК 330.131.7:338.47:656.13

JEL: C10; E31; L91; M21

**Дружиніна В. В., Сакун Л. М., Сухомлин Л. В., Альохін Є. О. Зовнішнє середовище бізнесу автопрокату:
статистичний вимір впливу та динаміка змін**

У статті досліджено вплив факторів зовнішнього середовища на функціонування підприємств автопрокату в умовах сучасних економічних трансформацій. Метою дослідження є комплексний статистичний аналіз економічних, соціальних, політичних і технологічних детермінант та оцінка їх впливу на результати діяльності підприємств оренди автомобілів, а також визначення динаміки змін ринкового середовища. Робота обґрунтовує необхідність урахування зовнішніх факторів у процесі формування ефективних управлінських рішень і стратегій розвитку. Методологічною основою дослідження є статистичний і порівняльний аналіз, PEST-аналіз. Інформаційну базу становлять офіційні статистичні дані щодо інфляції, валютного курсу, безробіття, міграційних процесів, а також галузеві показники, зокрема ціни на паливо та транспортні витрати. У результаті дослідження встановлено високу залежність бізнесу автопрокату від зовнішнього середовища. Доведено, що найбільший вплив мають економічні та політичні чинники, зокрема військова ситуація, інфляція, валютні коливання та зростання вартості пального. Соціальні фактори, такі як міграція та рівень зайнятості, формують додатковий попит на послуги. Результати PEST-аналізу (інтегральний показник 4,10) підтверджують критичну чутливість підприємств до змін зовнішніх умов. Водночас технологічні чинники створюють можливості для підвищення ефективності діяльності. Рамки дослідження визначаються галузевою та регіональною спрямованістю (ринок автопрокату, Полтавська область). Перспективи подальших досліджень пов'язані з удосконаленням економетричних моделей прогнозування та застосуванням методів машинного навчання. Практичне значення полягає у використанні результатів для стратегічного планування, підвищення обґрунтованості управлінських рішень, мінімізації ризиків і зростання конкурентоспроможності. Соціальні наслідки пов'язані з урахуванням впливу мобільності населення та міграційних процесів на розвиток транспортних послуг. Оригінальність роботи полягає у поєднанні статистичного аналізу макро- і соціальних показників із прикладним дослідженням ринку автопрокату, що дозволяє сформулювати практичні рекомендації адаптації бізнесу до сучасних викликів.

Ключові слова: зовнішнє середовище; бізнес автопрокату; PEST-аналіз; статистичний аналіз; макроекономічні фактори; управлінські рішення; інфляція; валютний курс.

Рис.: 3. **Табл.:** 5. **Бібл.:** 20.

Дружиніна Вікторія Валеріївна – доктор економічних наук, професор, декан факультету економіки і управління, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського (вул. Університетська, 20, Кременчук, 39600, Україна)

E-mail: drughinina.vd@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8776-1408>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/Z-1956-2019>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorid=36175347900>

Сакун Леся Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту і маркетингу, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського (вул. Університетська, 20, Кременчук, 39600, Україна)

E-mail: lesyasakun13@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5113-4154>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/ABE-3081-2021>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorid=57220202047>

Сухомлин Лариса Вадимівна – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту і маркетингу, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського (вул. Університетська, 20, Кременчук, 39600, Україна)

E-mail: larisavad@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5113-4154>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57215281634>

Альошін Євгеній Олександрович – магістрант, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського (вул. Університетська, 20, Кременчук, 39600, Україна)

E-mail: evgeny.alyokhin1990@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-4576-8509>

UDC 330.131.7:338.47:656.13

JEL: C10; E31; L91; M21

Druzhynina V. V., Sakun L. M., Sukhomlyn L. V., Alokhin Ye. O. The External Environment of the Car Hire Business:

A Statistical Assessment of Its Impact and the Dynamics of Changes

The article examines the impact of external environmental factors on the functioning of car rental enterprises under conditions of modern economic transformations. The aim of the study is to conduct a comprehensive statistical analysis of economic, social, political, and technological determinants and to assess their influence on the performance of car rental companies, as well as to identify the dynamics of changes in the market environment. The article substantiates the necessity of taking external factors into account when developing efficient managerial decisions and business development strategies. The methodological basis of the study includes statistical and comparative analysis, PEST analysis. The information base consists of official statistical data on inflation, exchange rates, unemployment, migration processes, as well as industry-specific indicators such as fuel prices and transportation costs. The results of the study indicate a high dependence of the car rental business on the external environment. It is proved that economic and political factors have the greatest impact, in particular the military situation, inflation, exchange rate fluctuations, and rising fuel prices. Social factors, such as migration and employment levels, generate additional demand for services. The results of the PEST analysis (integral indicator of 4.10) confirm the critical sensitivity of enterprises to changes in external conditions. At the same time, technological factors create opportunities for improving business efficiency. The scope of the study is defined by its industry and regional focus (car rental market, Poltava region). Prospects for further research are related to the improvement of econometric forecasting models and the application of machine learning methods. The practical significance lies in the use of the obtained results for strategic planning, increasing the validity of managerial decisions, minimizing risks, and enhancing competitiveness. The social implications are associated with considering the impact of population mobility and migration processes on the development of transport services. The originality of the study lies in combining statistical analysis of macroeconomic and social indicators with an applied study of the car rental market, which makes it possible to develop practical recommendations for business adaptation to the current challenges.

Keywords: external environment; car rental business; PEST analysis; statistical analysis; macroeconomic factors; managerial decisions; inflation; exchange rate. **Fig.:** 3. **Tabl.:** 5. **Bibl.:** 20.

Druzhynina Viktoriia V. – D. Sc. (Economics), Professor, Dean of the Faculty of Economics and Management, Mykhailo Ostrohradskyi Kremenchuk National University (20 Universytetska Str., Kremenchuk, 39600, Ukraine)

E-mail: drughinina.vd@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8776-1408>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/Z-1956-2019>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=36175347900>

Sakun Lesia M. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Marketing, Mykhailo Ostrohradskyi Kremenchuk National University (20 Universytetska Str., Kremenchuk, 39600, Ukraine)

E-mail: lesyasakun13@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5113-4154>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/ABE-3081-2021>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57220202047>

Sukhomlyn Larysa V. – PhD (Engineering), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Marketing, Mykhailo Ostrohradskyi Kremenchuk National University (20 Universytetska Str., Kremenchuk, 39600, Ukraine)

E-mail: larisavad@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5113-4154>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57215281634>

Alokhin Yevhenii O. – Master's Student, Mykhailo Ostrohradskyi Kremenchuk National University (20 Universytetska Str., Kremenchuk, 39600, Ukraine)

E-mail: evgeny.alyokhin1990@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-4576-8509>

У сучасних умовах розвитку економіки діяльність компаній значною мірою залежить від детермінант зовнішнього середовища, які постійно змінюються та впливають на ефективність, функціонування та подальше існування підприємств. До таких детермінант належать економічні, політичні, соціальні та технологічні умови, які формують середовище діяльності бізнесу [1].

Зміни в зовнішньому середовищі можуть призводити як до нових можливостей розвитку компаній, так і до виникнення ризиків, що впливають на фінансові результати, конкурентоспроможність і стабільність діяльності підприємств [2]. Саме тому особливо важливим є використання статистичних методів для аналізу та оцінки впливу зовнішніх факторів на діяльність компаній. Статистич-

ний аналіз дозволяє систематизувати інформацію про економічні процеси, виявляти закономірності змін показників діяльності підприємств, оцінювати взаємозв'язки між детермінантами зовнішнього середовища та результатами роботи компаній, а також прогнозувати можливі тенденції розвитку. Але треба розуміти, що в сучасних умовах прогнозування результатів діяльності або розвитку є надскладним. Сучасне зовнішнє середовище вкрай складне, непередбачуване та рухливе.

Актуальність цієї проблеми зумовлена необхідністю підвищення ефективності управлінських рішень на основі об'єктивних статистичних даних. Використання статистичних методів аналізу дозволяє керівництву компаній своєчасно реагувати на зміни зовнішнього середовища, адаптувати стратегію розвитку та підвищувати конкурентоспроможність підприємства. Таким чином, дослідження статистичних аспектів впливу зовнішнього середовища на діяльність компаній є важливим як з наукової, так і з практичної точки зору, оскільки сприяє кращому розумінню економічних процесів та формуванню ефективних управлінських рішень

Огляд літератури. Проблема факторів зовнішнього середовища та їхнього впливу на бізнес широко висвітлена в міжнародних роботах та у вітчизняних працях. Зокрема, вагомий внесок у розвиток теорії стратегічного аналізу зовнішнього середовища зробили також зарубіжні дослідники, серед яких Kotler P., Keller K. L. [3], Johnson G., Scholes K., Whittington R. [4], які розкривають сучасні підходи до формування маркетингових і стратегічних рішень підприємств [3; 4]. Також цією проблематикою займалися Porter M. E. [2; 5], Сумець О. М. [6], автори Фармацевтичної енциклопедії [7], Дольгалова О., Пугач М. [8], Хромушина Л. А. [9], Берницька Д. [10], Снігова О. Ю. [11] та багато інших. Але, незважаючи на таку велику кількість сучасної літератури, вважаємо важливим більш глибоко оцінити ці фактори на прикладі бізнесу з оренди автомобілів.

Аналіз сучасних наукових публікацій свідчить про значну увагу дослідників до проблеми впливу зовнішнього середовища на функціонування бізнес-структур. Водночас, незважаючи на наявність значної кількості досліджень, питання статистичного аналізу цього впливу саме на сектор оренди автомобілів залишаються актуальними та потребують подальшого наукового вивчення.

Метою статті є комплексний статистичний аналіз впливу зовнішніх детермінант на функціонування та розвиток бізнесу автопрокату, а також оцінка динаміки змін у ринковому середовищі підприємств галузі.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження виступають загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема статистичний аналіз, порівняльний аналіз, PEST-аналіз, а також підходи до оцінки залежності доходів підприємства від зовнішніх факторів. Інформаційною базою стали офіційні статистичні дані, що характеризують макроекономічні процеси (інфляція, валютний курс, рівень безробіття), соціально-демографічні зміни (міграція населення), а також галузеві показники (ціни на паливо, індекси транспортних витрат).

Результати дослідження. Аналіз зовнішнього середовища є одним із ключових аналізів на шляху успішного функціонування підприємства. Хоча в науковій літературі дуже багато дефініцій того, що таке зовнішнє середовище, сформуємо своє значення цього терміну. Отже, зовнішнє середовище – це сукупність факторів, котрі прямо впливають на компанію, але компанія ніяк не може прямо вплинути на них. Для менеджера дуже важливо вміти адаптуватись до цього середовища [12]. У міжнародній практиці аналіз зовнішнього середовища підприємства базується на концепціях стратегічного менеджменту та маркетингу, які детально розкриті у працях Kotler P., Keller K. L. (маркетинговий підхід), а також Johnson G., Scholes K., Whittington R. (стратегічний підхід), що формують теоретичну основу сучасного аналізу зовнішнього середовища підприємств [3; 4].

Є основні характеристики зовнішнього середовища, котрі впливають на компанію: невизначеність, складність, взаємозалежність і рухливість. Важливим є правильне відокремлення чинників та детермінантів зовнішнього та внутрішнього середовища. Зовнішнє середовище є значно ширшим за внутрішнє та може бути поділено на дві основні категорії, а саме: мікро- та макросередовище (рис. 1).

Варто проаналізувати окремо мікросередовище та макросередовище. Мікросередовище підприємства – це сукупність чинників, з якими компанія взаємодіє безпосередньо у процесі функціонування на ринку. Воно пов'язане з галуззю, у якій здійснює діяльність підприємство, та охоплює чинники, що прямо впливають на результати його роботи. До таких чинників належать постачальники, споживачі, конкуренти та інші учасники ринку, з якими підприємство взаємодіє у процесі господарської діяльності.

Проблематика мікросередовища підприємства детально досліджувалася у працях багатьох науковців. Значний внесок у розвиток цієї теорії зробив, наприклад, американський економіст Майкл Портер. У своїй праці «How Competitive Forces Shape Strategy» [5] науковець визначив основні фак-

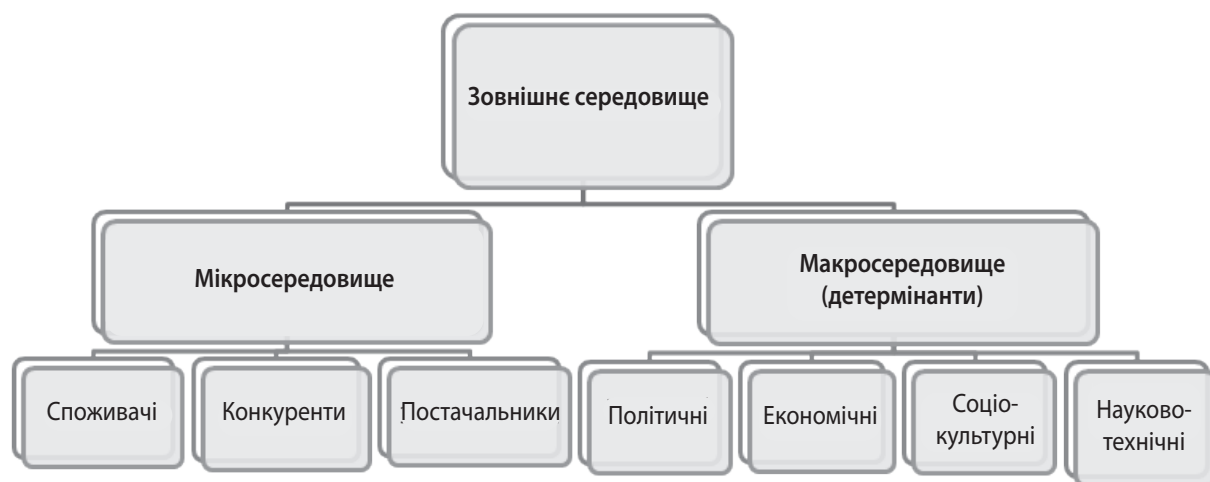


Рис. 1. Чинники зовнішнього середовища

Джерело: узагальнено авторами на основі [2; 5].

тори конкурентного середовища, що впливають на діяльність підприємства. На основі цих досліджень була сформована відома модель п'яти конкурентних сил Портера, яка використовується для оцінювання рівня конкуренції в галузі [2].

Згідно з цією моделлю на діяльність підприємства впливають п'ять основних чинників конкурентного середовища: 1. Сила впливу постачальників. 2. Сила впливу покупців. 3. Загроза появи товарів-замінників (субститутів). 4. Ймовірність виходу на ринок нових конкурентів. 5. Рівень конкурентної боротьби між існуючими учасниками ринку.

Аналіз цих чинників дозволяє підприємствам оцінити структуру ринку, визначити рівень конкурентного тиску та сформувані ефективну стратегію розвитку.

Головними чинниками макросередовища для бізнесу оренди авто є політичні, економічні, соціокультурні та науково-технологічні.

1. Політичні чинники – формують інституційні умови функціонування підприємств і визначають правові рамки ведення бізнесу. До них належать державна економічна політика, законодавство, податкова система, регуляторні механізми та рівень політичної стабільності, які безпосередньо впливають на підприємницьку діяльність, економічні відносини та розвиток бізнесу.

2. Економічні чинники відображають загальний стан економіки країни та впливають на фінансові можливості підприємств і споживачів. Вони визначаються такими детермінантами: рівнем інфляції, доходами населення, рівнем безробіття, темпами економічного зростання, валютним курсом та інвестиційною активністю. Ці детермінанти визначають купівельну спроможність насе-

лення, обсяг попиту на товари та послуги і можливості розвитку підприємств.

3. Науково-технологічні чинники характеризують рівень розвитку науки, техніки та інноваційних процесів у суспільстві. Вони сприяють впровадженню нових технологій, модернізації виробництва та створенню нових продуктів і послуг. Розвиток технологій може суттєво змінювати структуру ринку, підвищувати конкурентоспроможність підприємств і формувати нові можливості для бізнесу.

4. Детермінанти соціально-культурних чинників відображають особливості суспільства, зокрема рівень освіти населення, демографічну структуру, систему цінностей, традиції та стиль життя. Ці чинники впливають на формування споживчої поведінки, попиту на продукцію, а також визначають напрямки маркетингових стратегій підприємств.

Наведені вище чинники та детермінанти дуже впливають на стратегічне планування та оперативну діяльність компанії. На їх основі проведемо PEST-аналіз для ФОП Сирота, який займається продажем, орендою автомобілів, а також вантажоперевезенням. Метод PEST-аналізу є популярним маркетинговим інструментом, що використовується для виявлення та оцінювання факторів зовнішнього середовища, причому виключно факторів макросередовища, а саме, політичних (P), економічних (E), соціальних (S) і технологічних (T) аспектів зовнішнього середовища, які впливають на діяльність підприємств. Цей метод допомагає краще зрозуміти макросередовище, яке впливає на компанію, та приймати більш обґрунтовані рішення. Як експерти залучені працівники компанії, а також сам власник. Для розробки PEST аналізу використаємо кількісні оцінки факторів впливу (табл. 1).

PEST-аналіз детермінант ФОП Сирота

Чинники	Детермінанта	Вага	Оцінка впливу	Інтегральний показник
Політичні	Воєнна ситуація в країні	0,15	5	0,75
	Податкова політика для малого бізнесу	0,05	3	0,15
	Зміна законодавства	0,05	3	0,15
Економічні	Інфляція та курс валют	0,10	4	0,40
	Ціни на паливо	0,10	5	0,50
	Рівень доходів населення	0,10	4	0,40
	Доступність кредитування	0,05	3	0,15
Соціальні	Міграція	0,10	4	0,40
	Дефіцит водіїв	0,10	5	0,50
	Демографічні зміни	0,05	4	0,20
Технологічні	Розвиток мобільних сервісів	0,05	4	0,20
	Розвиток CRM-платформ	0,05	3	0,15
	Розвиток електромобілів та гібридів	0,05	3	0,15

Джерело: розроблено та розраховано авторами.

Шкала оцінки впливу від 1 до 5, де: 1 – дуже слабкий вплив; 2 – слабкий; 3 – середній; 4 – сильний; 5 – дуже сильний. Також використаємо вагу чинника (значущість) відносно 1 та розрахуємо інтегральний показник. Розрахуємо суму інтегральних показників. $0,75 + 0,15 + 0,15 + 0,40 + 0,40 + 0,50 + 0,15 + 0,40 + 0,50 + 0,20 + 0,20 + 0,15 + 0,15 = 4,10$.

Показник 4,10 свідчить про дуже високу залежність компанії від чинників зовнішнього середовища. Найбільший вплив мають політичні та економічні чинники, зокрема воєнна ситуація, зміни у вартості пального та інфляційні процеси. Соціальні чинники, такі як міграція населення та дефіцит водіїв, також суттєво впливають на функціонування компанії. Водночас розвиток цифрових технологій та мобільних платформ створює нові можливості для підвищення ефективності бізнесу.

На наступному етапі доцільно здійснити систематизацію статистичних даних щодо чинників зовнішнього середовища з метою їхнього подальшого використання в аналітичних дослідженнях і проведенні порівняльного аналізу. Крім того, узагальнені статистичні показники слугуватимуть інформаційною базою для стратегічного планування та обґрунтування управлінських рішень, спрямованих на забезпечення перспективного розвитку підприємства.

Для початку наведемо індекс споживчих цін на транспорт з початку повномасштабного вторгнення (табл. 2) [13]. Індекс споживчих цін на

транспорт відображає зміну вартості транспортних послуг і витрат, пов'язаних із транспортом (паливо, перевезення, обслуговування автомобілів, громадський транспорт тощо).

Таблиця 2

Індекс споживчих цін на транспорт

Рік	Індекс споживчих цін на транспорт, %
2022	145,7
2023	102,2
2024	104,6
2025	104,2

Джерело: складено авторами на основі [13].

Результати аналізу даних, наведених у табл. 2, свідчать, що у 2022 році індекс споживчих цін на транспорт досяг рівня 145,7%, що відображає зростання транспортних витрат на 45,7% у річному вимірі. Така динаміка зумовлена сукупністю кризових чинників, зокрема початком повномасштабних воєнних дій, дефіцитом пального, порушенням логістичних ланцюгів, високим рівнем невизначеності, трансформацією структури попиту, а також валютними коливаннями.

У 2023 році спостерігається суттєве уповільнення темпів зростання – індекс становив 102,2%, що пояснюється поступовим відновленням пального забезпечення, відкриттям нових логістичних маршрутів, адаптацією існуючих транспортних систем і відносною стабілізацією валютного курсу.

У 2024 році зафіксовано помірне зростання цін на транспорт на рівні 4,6%, що було зумовлено підвищенням вартості пального, зростанням витрат на технічне обслуговування транспортних засобів, а також подорожчанням транспортних послуг. Загалом цей період характеризується помірною транспортною інфляцією, що є типовим для етапу економічної адаптації після глибоких кризових змін.

У 2025 році спостерігається подальша стабілізація динаміки – індекс споживчих цін становив 104,2%, що свідчить про збереження помірних і відносно стабільних темпів зростання цін, а також поступову нормалізацію функціонування транспортного ринку.

Водночас зазначені макроекономічні тенденції доцільно розглядати у взаємозв'язку з демографічними та соціальними детермінантами, які суттєво впливають на формування попиту на транспортні послуги, зокрема у сфері автопрокату. Зокрема, аналіз статистичних даних щодо кількості прибулих і вибулих осіб у Полтавській області за 2022–2025 роки (табл. 3) свідчить про істотні зміни міграційної динаміки в умовах повномасштабної війни.

область стала одним із ключових регіонів прийому переселенців, зокрема з Харківської області: на початковому етапі війни до регіону прибуло понад 400 тис. внутрішньо переміщених осіб [15].

Такі демографічні зрушення спричинили збільшення навантаження на соціальну інфраструктуру, трансформацію структури населення та зростання мобільності, що, своєю чергою, безпосередньо вплинуло на функціонування ринку транспортних послуг і, зокрема, на діяльність підприємств з оренди автомобілів.

Аналіз міграційних процесів засвідчує, що у 2022–2025 роках міграційні процеси в Полтавській області зазнали суттєвих змін. У 2022 році спостерігався значний відтік населення, що було зумовлено військовими діями та економічною нестабільністю. У подальші роки відбулося поступове скорочення відтоку та зростання кількості прибулих осіб. Станом на 2025 рік регіон демонструє позитивне міграційне сальдо, що свідчить про стабілізацію соціально-економічної ситуації та підвищення привабливості області для проживання. Збільшення кількості прибулих осіб

Таблиця 3

Кількість прибулих / вибулих в Полтавській області за 2022–2025 рр.

Рік	Кількість прибулих, осіб	Кількість вибулих, осіб	Міграційний приріст, скорочення, +/-
2022	38000	5200	-14000
2023	42000	48000	-6000
2024	45000	47000	-2000
2025	47000	46000	+1000

Джерело: складено авторами на основі [14; 15].

Статистичні дані щодо міграції населення Полтавської області за 2022–2025 роки наведені фрагментарно у відкритих джерелах Державної служби статистики України [9]. Дані публікуються переважно в помісячному форматі та потребують агрегування. У зв'язку з обмеженням доступу до частини регіональної статистики після 2022 року для аналізу також використовуються дані щодо внутрішньо переміщених осіб та загальні тенденції міграційних процесів. Попри обмеженість точного обліку в кризовий період, загальною тенденцією є зростання кількості прибулих осіб, зумовлене масовим переміщенням населення з тимчасово окупованих територій. За наявними оцінками, кількість внутрішньо переміщених осіб в Україні становила близько 3,7 млн осіб, тоді як близько 6 млн громадян виїхали за межі країни. Полтавська

виступає важливим стимулюючим чинником розвитку бізнесу з оренди автомобілів, оскільки нові мешканці, працівники та тимчасові відвідувачі регіону формують додатковий попит на мобільність. У результаті позитивна міграційна динаміка створює передумови для розширення автопарку, вдосконалення сервісів оренди та зростання обсягів наданих послуг підприємствами галузі.

Водночас для комплексного оцінювання впливу соціально-економічних детермінант на розвиток ринку автопрокату доцільно враховувати й інші фактори, зокрема рівень безробіття, який безпосередньо впливає на платоспроможний попит населення. У цьому контексті проаналізуємо залежність функціонування досліджуваного бізнесу від динаміки безробіття на прикладі Полтавської області (табл. 4) [16].

Таблиця 4

Рівень безробіття в Полтавській області
за 2022–2026 рр.

Рік	Відсоток безробітних, %
2022	11
12.2023	9,9
01.2024	5,9
02.2025	5,7
03.2026	Прогнозовано 7–8

Джерело: складено авторами на основі [16].

Аналіз даних табл. 4 показує, що рівень безробіття в Полтавській області протягом досліджуваного періоду змінювався незначно і коливався в межах 6–8% у середньому, що свідчить про відносну стабільність ринку праці. Зрозуміло, що на початку війни показник безробіття зріс, але з 2023 року почався процес стабілізації. Для бізнесу з оренди автомобілів це означає помірний і відносно стабільний рівень попиту на транспортні послуги. У довгостроковій перспективі зниження безробіття сприятиме підвищенню платоспроможності населення та розширенню клієнтської бази, тоді як його тимчасове зростання може стимулювати попит на оренду автомобілів у сферах таксі та доставки.

Разом із тим, поряд із соціально-економічними чинниками, вагомий вплив на діяльність підприємств автопрокату мають макроекономічні детермінанти, зокрема валютний курс, який визначає вартість імпортованих автомобілів, пального, запасних частин і обслуговування. У зв'язку з цим доцільно проаналізувати динаміку валютного курсу з моменту повномасштабного вторгнення з метою оцінювання його впливу на функціонування галузі. Відповідні статистичні дані наведено в табл. 5 [17].

Таблиця 5

Статистика офіційного курсу гривні
до іноземних валют

Рік	Середня вартість гривні до долара США
2022	32,34
2023	36,57
2024	40,15
2025	41,69
2026	43,13

Джерело: складено авторами на основі [17].

Результати аналізу табл. 5 показує поступове послаблення гривні з 2022 по 2026 роки. Курс до-

лара зріс з 32,00 грн до понад 43 грн, тобто приблизно на 35%. Зрозуміло, що головним чинником коливання валют є війна та погіршення економічної складової по всій країні. Для бізнесу з оренди автомобілів це означає збільшення витрат на закупівлю автомобілів, запчастин та обслуговування автопарку. Тому валютний курс є одним із ключових макроекономічних факторів зовнішнього середовища, який впливає на фінансову стабільність і стратегічне планування такого підприємства.

Доцільно проаналізувати статистичні показники паливного сектора, який є одним із ключових факторів впливу на функціонування бізнесу з оренди автомобілів. На рис. 2 відображено динаміку зміни цін на паливо протягом 2022–2026 років [18]. Базовим індикатором для аналізу обрано вартість бензину марки А-95, дизельного пального, а також зрідженого газу.

На графіку бачимо тренд на постійне зростання цін, починаючи з 2023 року. Ціна на паливо зросла на 30–35% приблизно. Так, ціна на бензин зросла з 52 грн до 70 грн, на дизельне паливо – з 58 грн до 72 грн, газу – з 32 грн до 40 грн. Зростання цін на паливо є одним із ключових факторів зовнішнього середовища для бізнесу з оренди автомобілів. Підвищення вартості пального призводить до: збільшення витрат на експлуатацію транспорту, збільшення вартості запчастин, зростання вартості оренди автомобілів, а звідси – до зменшення попиту на послугу.

Також інфляція є одним із важливих чинників впливу. Тож подивимось, яка була інфляція з 2022 року по 2026 рік [19]. Наведемо ці дані на рис. 3. Результати аналізу даних, наведених на рис. 3, свідчать про суттєві коливання інфляційних процесів у досліджуваній період. Зокрема, у 2022 році зафіксовано різке зростання інфляції до рівня 26,6%, що зумовлено впливом воєнних дій, дефіцитом товарів та порушенням логістичних ланцюгів.

У 2023 році спостерігається суттєве уповільнення інфляції – до 5,1%, що пояснюється поступовою стабілізацією економічної ситуації та значними обсягами зовнішньої фінансової підтримки.

У 2024 році інфляційні процеси знову активізуються, і показник зростає до 12%, що пов'язано з негативним впливом на енергетичну інфраструктуру та ускладненням діяльності малого і середнього бізнесу.

У 2025 році відзначається тимчасова стабілізація економіки, що відображається у зниженні рівня інфляції до 3,5%. Водночас на початку 2026 року спостерігається помірне прискорення інфляції до 7,8%, що свідчить про збереження певних макроекономічних дисбалансів.

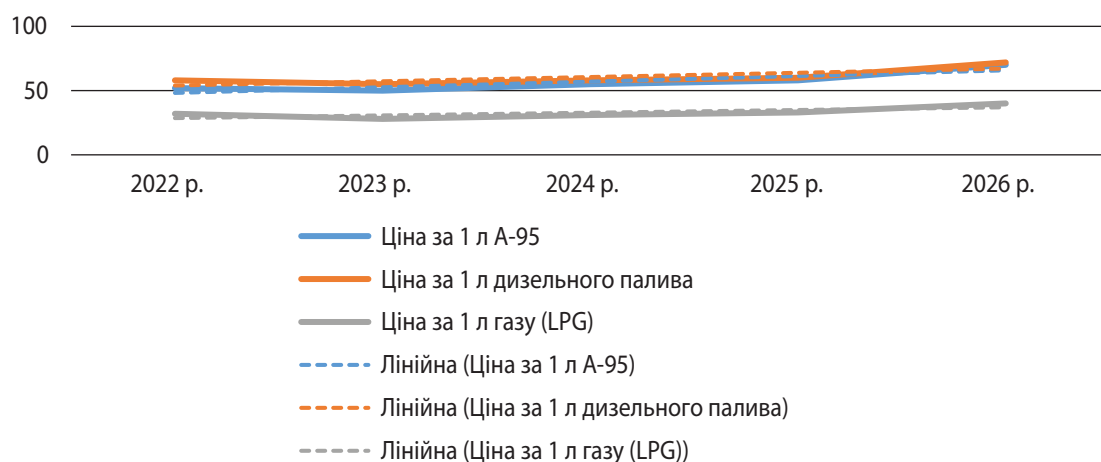


Рис. 2. Темпи зростання цін на паливе

Джерело: складено авторами на основі [18].

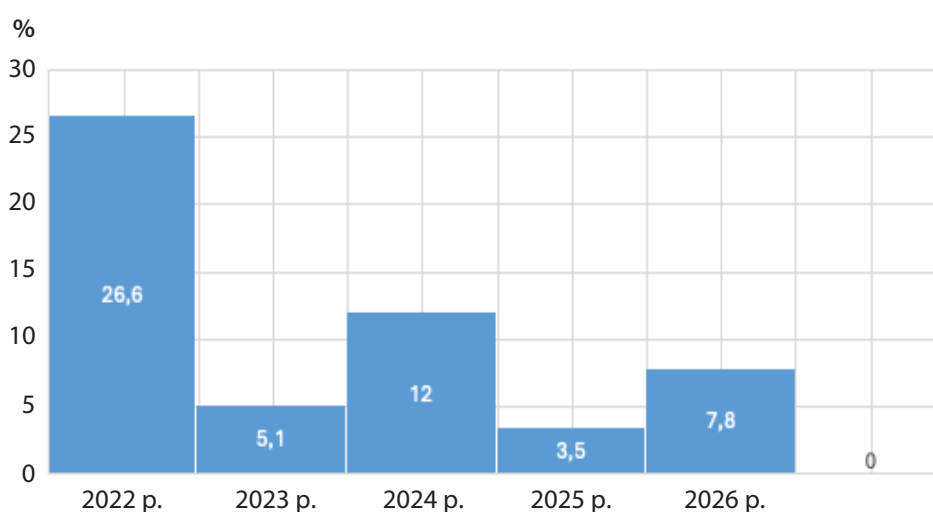


Рис. 3. Рівень інфляції, 2022–2026 рр.

Джерело: складено авторами на основі [19].

Виявлена динаміка інфляційних процесів свідчить про їхню нестабільність та значну залежність від зовнішніх шоків, що формує складне та мінливе економічне середовище функціонування підприємств. У цьому контексті особливого значення набуває дослідження ролі інфляції як одного з визначальних чинників впливу на розвиток бізнесу. Загальносвітові тенденції макроекономічної нестабільності, включно з впливом інфляційних процесів та глобальних економічних шоків на функціонування бізнесу, знаходять підтвердження в аналітичних звітах Світового банку [20].

Інфляція є одним із ключових економічних детермінантів зовнішнього середовища, що суттєво впливає на діяльність підприємств з оренди автомобілів. Вона безпосередньо визначає рівень витрат, купівельну спроможність клієнтів та можливості стратегічного планування бізнесу. Високий

рівень інфляції призводить до зростання витрат і зниження попиту, тоді як її стабілізація створює умови для розвитку та розширення діяльності підприємства.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження засвідчило, що діяльність підприємства з оренди автомобілів (на прикладі ФОП Сирота) значною мірою визначається чинниками зовнішнього середовища, які характеризуються комплексністю, мінливістю та високим рівнем непередбачуваності. Найбільш вагомий вплив мають політичні та економічні детермінанти, серед яких воєнна ситуація, інфляційні процеси, коливання валютного курсу та підвищення цін на паливо. Результати проведеного PEST-аналізу (інтегральний показник 4,10) підтверджують високий ступінь залежності бізнесу від зовнішніх умов.

Статистичний аналіз також демонструє такі тенденції: після різкого стрибка у 2022 році транспортна інфляція перейшла у фазу стабілізації; валютний курс проявляє стійку тенденцію до зростання, що призводить до підвищення витрат підприємства; ціни на паливо характеризуються довгостроковим висхідним трендом; міграційні процеси можуть як стимулювати додатковий попит, так і змінювати структуру клієнтської бази; рівень безробіття залишається відносно стабільним, забезпечуючи базовий попит на транспортні послуги.

Таким чином, ефективне функціонування бізнес-процесів підприємства можливо лише за умови системного моніторингу зовнішнього середовища та оперативної адаптації управлінських рішень. Статистичний аналіз виступає ключовим інструментом для виявлення тенденцій, оцінки ризиків та формування обґрунтованої стратегії розвитку. Для мінімізації негативного впливу зовнішніх факторів на діяльність підприємства доцільно впроваджувати такі заходи:

- ✦ утримання частини резервних або оборотних коштів у валюті для зменшення ризиків коливань курсу;
- ✦ регулярний перегляд тарифів оренди з урахуванням інфляції та вартості пального;
- ✦ формування фінансової подушки на 3–6 місяців витрат;
- ✦ поступовий перехід частини автопарку на гібриди або електромобілі;
- ✦ впровадження динамічного ціноутворення залежно від попиту, сезону та вартості пального;
- ✦ автоматизація аналітики через дашборди для контролю витрат, доходів та завантаженості автопарку;
- ✦ регулярний PEST-аналіз (не менше одного разу на квартал) для актуалізації стратегії;
- ✦ сценарне планування (оптимістичний, базовий і кризовий сценарії);
- ✦ робота з дефіцитом водіїв через партнерські програми та гнучкі умови співпраці.

Виявлено, що бізнес з оренди автомобілів є високочутливим до зовнішніх факторів, проте має значний потенціал для адаптації. Основним фактором успіху є не уникнення впливу зовнішнього середовища, а ефективне управління ним через аналітику, гнучкість та оперативне прийняття рішень.

Подальші наукові дослідження доцільно зосередити на таких напрямках:

- ✦ розробка комплексних моделей прогнозування впливу економічних, політичних та соціальних детермінант на ринок автопрокату з використанням машинного навчання та економетричних методів;

- ✦ дослідження впливу демографічних і міграційних процесів на структуру попиту та поведінку споживачів у різних регіонах України;
- ✦ оцінка ефективності впровадження зелених технологій (гібриди, електромобілі) у контексті макроекономічних та екологічних змін. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Economic Outlook. Vol. 2025 Iss. 1. OECD. Paris : OECD Publishing, 2025. URL: <https://www.oecd.org>
2. Porter M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York : Free Press, 2008. 592 p.
3. Kotler P., Keller K. L. Marketing Management. 16th ed. Pearson, 2022. 736 p.
4. Johnson G., Scholes K., Whittington R. Exploring Corporate Strategy. 12th ed. Pearson Education, 2020. 800 p.
5. Porter M. E. How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard Business Review*. 1979. Vol. 57. No. 2. P. 137–145.
6. Сумець О. М. Стратегічний менеджмент : підручник. Харків : ХНУВС, 2021. 208 с.
7. Макросередовище. *Фармацевтична енциклопедія*. URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/8162/makrosередovishhe>
8. Долгальова О., Пугач М. Оцінювання впливу факторів зовнішнього середовища на ефективність управління підприємством. *Галицький економічний вісник*. 2024. Т. 89. № 4. С. 120–129. DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu 2024.04.120
9. Хромушина Л. А. Методичні аспекти аналізу зовнішнього середовища в процесі стратегічного управління підприємством. URL: <https://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/7947/1/1.pdf>
10. Берницька Д. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства методом PEST/STEP аналізу. *Економічний аналіз*. 2012. Вип. 11. Ч. 2. С. 41–45.
11. Снігова О. Ю. Регіональний промисловий розвиток в умовах воєнних викликів: пріоритети державної політики. *Економічний вісник Донбасу*. 2025. № 1 (79). С. 4–12. DOI: [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2025-1\(79\)-4-12](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2025-1(79)-4-12)
12. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 8th ed. Pearson, 2022. 656 p.
13. Індеси споживчих цін на товари та послуги у 2007–2025 роках. *Головне управління статистики у Полтавській області*. URL: <https://www.pl.ukrstat.gov.ua/>
14. Статистика прибулих та вибулих людей до Полтавської області. *Головне управління статистики у Полтавській області*. URL: <https://www.pl.ukrstat.gov.ua/>

15. Ukraine: Internal Displacement Report: General Population Survey Round 21. *International Organization for Migration (IOM)*. URL: <https://reliefweb.int/report/ukraine/ukraine-internal-displacement-report-general-population-survey-round-21-october-2025>
 16. Макроекономічні показники. *Національний банк України*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/macro-indicators>
 17. Офіційний курс гривні щодо іноземних валют. *Національний банк України*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/markets/exchangerate-chart>
 18. Ціни на бензин, дизпаливо, газ на АЗС України. *Мінфін*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/markets/fuel/>
 19. Калькулятор інфляції. URL: https://www.hryvnia.org.ua/?utm_source
 20. Global Economic Prospects 2025. *World Bank*. Washington, DC : World Bank Group, 2025. URL: <https://www.worldbank.org>
- REFERENCES**
- Bernytska D. (2012). Stratehichniy analiz zovnishnoho seredovyscha pidpriemstva metodom PEST/STEP analizu [Strategic analysis of the external environment of the enterprise by the method of PEST/STEP analysis]. *Ekonomichniy analiz*, 2(11), 41–45.
- Chaffey D. & Ellis-Chadwick F. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. 8th ed. Pearson.
- Dolhalova O. & Puhach M. (2024). Otsiniuvannya vplyvu faktoriv zovnishnoho seredovyscha na efektyvnist upravlinnia pidpriemstvom [Assessing the impact of environmental factors on the efficiency of enterprise management]. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk*, 4(89), 120–129. https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu 2024.04.120
- Farmatsevychna entsyklopediia. *Makroseredovyshe* [Macroenvironment]. <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/8162/makroseredovishhe>
- Holovne upravlinnia statystyky u Poltavskii oblasti. *Statystyka prybul'nykh ta vybul'nykh liudei do Poltavskoi oblasti* [Statistics of arrivals and departures of people to Poltava Region]. <https://www.pl.ukrstat.gov.ua/>
- Holovne upravlinnia statystyky u Poltavskii oblasti. *Indeksy spozhyvchykh tsin na tovary ta posluhy u 2007–2025 rokakh* [Consumer price indices for goods and services in 2007–2025]. <https://www.pl.ukrstat.gov.ua/>
- hryvnia.org.ua. *Kalkuliator inflatsii* [Inflation calculator]. https://www.hryvnia.org.ua/?utm_source
- International Organization for Migration (IOM). *Ukraine: Internal Displacement Report: General Population Survey Round 21*. <https://reliefweb.int/report/ukraine/ukraine-internal-displacement-report-general-population-survey-round-21-october-2025>
- Johnson G., Scholes K. & Whittington R. (2020). *Exploring Corporate Strategy*. 12th ed. Pearson Education.
- Kotler P. & Keller K. L. (2022). *Marketing Management*. 16th ed. Pearson.
- Minfin. *Tsiny na benzyn, dyzplyvo, haz na AZS Ukrainy* [Prices for gasoline, diesel fuel, gas at gas stations of Ukraine]. <https://index.minfin.com.ua/ua/markets/fuel/>
- Natsionalnyi bank Ukrainy. *Oftsiniy kurs hryvni shcho do inozemnykh valiut* [Official exchange rate of the hryvnia against foreign currencies]. <https://bank.gov.ua/ua/markets/exchangerate-chart>
- Natsionalnyi bank Ukrainy. *Makroekonomichni pokaznyky* [Macroeconomic indicators]. <https://bank.gov.ua/ua/statistic/macro-indicators>
- OECD Publishing. (2025). *Economic Outlook*. Vol. 2025. Iss. 1. <https://www.oecd.org>
- Porter M. E. (2008). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Porter M. E. (1979). How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 2(57), 137–145.
- Khromushina L. A. *Metodychni aspekty analizu zovnishnoho seredovyscha v protsesi stratehichnoho upravlinnia pidpriemstvom* [Methodological aspects of external environment analysis in the process of strategic management of the enterprise]. <https://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/7947/1/1.pdf>
- Snihova O. Yu. (2025). Rehionalnyi promyslovyy rozvytok v umovakh voiennykh vyklykiv: priorityety derzhavnoi polityky [Regional industrial development in the conditions of military challenges: priorities of state policy]. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu*, 1 (79), 4–12. [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2025-1\(79\)-4-12](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2025-1(79)-4-12)
- Sumets O. M. (2021). *Stratehichniy menedzhment: pidruchnyk* [Strategic management: textbook]. Kharkiv: KhNUVS.
- World Bank Group. (2025). *Global Economic Prospects 2025*. <https://www.worldbank.org>
- Стаття надійшла до редакції / Received: 11.04.2026
Статтю прийнято до публікації / Accepted: 24.04.2026
Оприлюднено / Published: 23.06.2026